



# A NOITE

EDIÇÃO MATUTINA  
DOMINICAL  
Número avulso Cr\$ 0,50

Director: ANDRÉ CARRAZZONI  
Redator-chefe: CARVALHO NETTO

Empresa A NOITE — Superintendente: LUÍZ C. DA COSTA NETTO

Gerente: OCTAVIO LIMA  
Número Avulso Cr\$ 0,40

Redação e oficinas: PRAÇA MAUA, 7— TELEFONES: Mesa de ligações internas: 23-1910. — Informações: 23-1556. — Carioca-reporter : 23-4090



O SUPREMO COMANDANTE ALIADO, GENERAL DWIGHT D. EISENHOWER, EM CURIOSO FLAGRANTE, PREPARA-SE PARA SORVER UMA CHAVENA DE CAFÉ, EM ALGUM PONTO DA ALEMANHA, NUMA DE SUAS VISITAS AO "FRONT".

**E**STA em pleno andamento a poderosa ofensiva desfechada pelos aliados na primeira quinzena de novembro. Seis grandes exércitos avançaram contra as linhas alemãs, esmagando suas defesas umas após outras, e dois outros exércitos canadenses foram deixados de reserva, um dos quais acaba de entrar em ação na área do II Exército Britânico. Aviação, canhões e tanques aos milhares e milhões de soldados de infantaria, caminham incessantemente o inimigo. Constitui este um assalto em escala jamais observada na frente ocidental, estando empenhadas na ação mais forças do que as utilizadas pelos aliados em qualquer outra ocasião anterior, e por ele foi aberta a terceira fase da guerra no oeste — talvez a maior e decisiva oportunidade para conquistar a vitória antes do Natal, como acreditam possível certos líderes militares, tais como Montgomery.

Churchill afirmou, a propósito, que, em sua opinião, a guerra se estenderá pelo verão de 1945, mas isso não impede que permaneça de pé a possibilidade de triunfo ainda neste ano e essa é a tentativa em pleno andamento. Os alemães agarraram-se com unhas e dentes ao terreno, mas são forçados a abandonar posições valiosíssimas, ante o poderio assombroso das tropas sob os ordens de Eisenhower.

O mapa dá uma idéia precisa da situação, podendo-se por ele acompanhar as direções dos vários assaltos contra a linha fortificada germânica, atrás da qual se acredita livre o caminho para o coração da Alemanha — Berlim.



CENTENAS DE SOLDADOS NAZISTAS APRISIONADOS AVANÇANDO POR UMA ESTRADA NAS PROXIMIDADES DE HARCOURT, NA FRANÇA, EM SUA MARCHA PARA UM CAMPO DE CONCENTRAÇÃO. TODOS ELES FORAM CAPTURADOS PELO 1º EXERCITO FRANCÊS DO GENERAL TASSIGNY.

## RUMO A BERLIM

EM SUAS TRINCHEIRAS, ONDE SUPUSERAM PODER RESISTIR AO IMPETO DO AVANÇO ALIADO, REPETINDO A GUERRA DE ESTAGNAÇÃO DA GUERRA DE 1914-1918, SOLDADOS DA OUTORA INVENCÍVEL WERH-

MACHT HASTEAM A BANDEIRA BRANCA E POEM OS BRACOS PARA O ALTO, RENDENDO-SE PRISIONEIRO, NUM PONTO DAS VIZINHANÇAS DE GELENKIRCHEN, EM PLENO TERRITÓRIO DO REICH.



SOLDADOS DA INFANTARIA DO TERCEIRO EXERCITO NORTE AMERICANO DO GENERAL PATTON FORÇANDO A PORTA DE UMA CASA DE METZ, DURANTE AS LUTAS DE RUAS QUE PRECEDERAM A TOTAL OCUPAÇÃO DA CIDADE, AFIM DE APRISIONAR ATIRADORES DE TUCALIA ALEMAES.





Clarence A. Gagnon, "Aldeia na Baía de São Paulo".



Arte folclórica.

# A ARTE ENCAN-TADORA DO CANADÁ



Rody Kenny Courtice, "Crianças e gansos".

## O que é a Exposição de Pintura Contemporânea instalada nesta capital

até de particulares, localizados nas cidades de Toronto, Montreal e Quebec, notadamente.

A Embaixada do Canadá, no Brasil, o major K. H. McCrimmon, da Light & Power, há muitos anos residente entre nós e um brasileiro de coração, apesar do berço canadense, e, finalmente, o ministro Helio Lobo, membro da Academia Brasileira de Letras e um dos ornamentos do corpo diplomático nacional, cooperaram, igualmente, para a Exposição, emprestando-lhe quadros de sua propriedade.

A exposição de "Pintura Canadense Contemporânea" conseguiu reunir, assim, mais de duas centenas de produções originais, do mais alto valor e senso artístico, e reproduções, dando-nos uma valiosa amostra das artes do Domínio, desde o desenho à aquarela e ao óleo.

As manifestações artísticas canadenses surgiram bem mais tarde do que as brasileiras, como recorda, a propósito, em Ilgeira Introdução ao catálogo do certame, o Sr. H. O. McCurry, diretor da Galeria Nacional do Canadá, mas nem por isso os seus frutos aparecem menos sazonados, tendo ganho bastante com a influência estrangeira, principalmente a francesa, e a inspiração, que buscaram, da

arte indígena, a qual sempre foi particularmente rica, em todo o vasto território da parte extrema norte do nosso Continente, na tapeçaria e na cerâmica, sem contar com a participação, e a renovação, em todo o movimento desta categoria, no Domínio, de artistas anglo-saxões e latinos, de outras procedências.

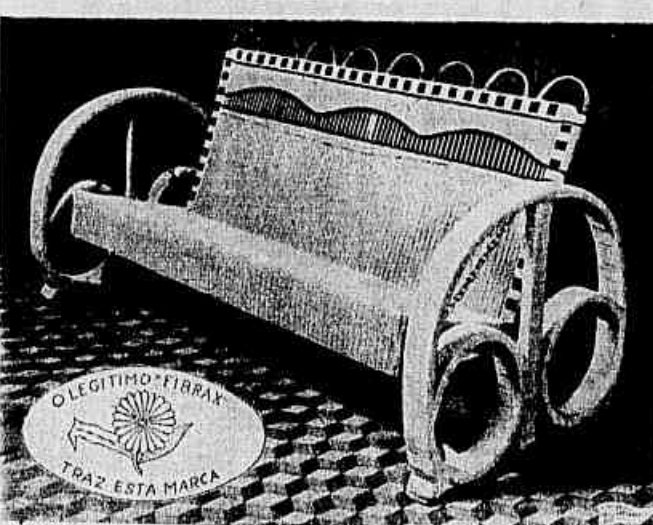
A fusão de todos esses elementos produzirá, sem dúvida, como escreve o embaixador Désy, uma escola de pintura canadense de rara pujança e interesse.

Finalizando, queremos acentuar, ainda uma vez, que a iniciativa do ilustre diplomata não só veio concorrer para a obra de melhor conhecimento e amizade entre os nossos dois países, aliados nesta grande guerra em prol da civilização e dos princípios democráticos, como foi um motivo bastante grato à emoção e ao sentimento artísticos dos brasileiros, pela feliz oportunidade que se lhes proporcionou de admirarem as principais obras primas da pintura canadense.

**PEDRO TEIXEIRA**  
CIRURGIAO E UROLOGISTA  
Rua São José, 85-1º, 4 horas.  
Tel. 42-0439

### MOVEIS DE FIBRAX CASA FLOR

PATENTE 31.111



Um material de máxima garantia e beleza, que proporcionará à sua residência um aspecto de alegria e conforto. É de grande durabilidade e resistência, tanto ao sol quanto à chuva. Quando V. S. desejar adquirir móveis para Hall, Jardim, Praia ou Interiores, compre Móveis de FIBRAX.

Pça. Tiradentes n. 50 Av. 28 de Setembro n. 19  
Tel. 22-3703 CASA FLOR Tel. 48-3614

**VAI VIAJAR?**  
VISITE ANTES  
A MALA CARIOCA

ACABA DE RECEBER AS  
ULTIMAS NOVIDADES EM  
PASTAS, ESTOJOS, CAR-  
TEIRAS PARA PRESENTE.  
ALI ENCONTRARÁ A  
MALA QUE DESEJA.

Rua da Carioca, 13 - Rio  
Tel. 22-5570

**MOVEIS E TAPETES**  
COM FACILIDADE  
DE PAGAMENTO

Artigos primorosamente acabad-  
os, por preços barataísimos.  
Móveis de estilo, modernos e fa-  
bricados com excelente madei-  
mento. Lindos tapetes, de efeito  
ornamental e excepcional  
durabilidade.

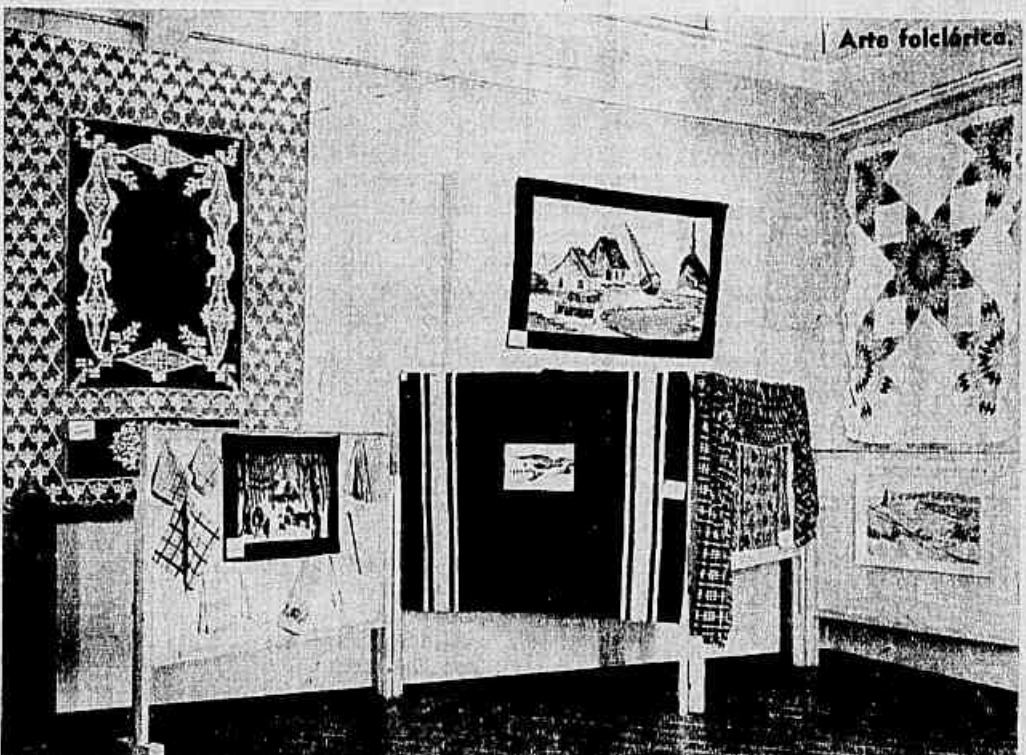
Vá ver as exposições de  
MOVEIS E TAPETES  
5.ª AVENIDA  
Avenida 28 de Setembro, 313  
Chaskiel Rozenzweig & Cia. Ltda.  
Tel. 38-5145

O embaixador Jean Désy prestou à obra de aproximação entre o Canadá e o Brasil um relevante serviço com a "Exposição da

Pintura Canadense Contemporânea", instalada, nesta capital, devido a sua iniciativa. Essa já agora brilhante realização cresce de valor quando

nos lembramos que teve de enfrentar os imensos obstáculos causados pelas condições de guerra, além daqueles comuns aos empreendimentos dessa na-

tureza, e que não devem ter sido poucos, pois no belo certame artístico encontram-se trabalhos recrutados em museus, escolas, departamentos oficiais e



Arte folclórica.



John Lyman, "Síntese de Outono".

### Fachada do majestoso edifício da Obra Social Santa Luiza.



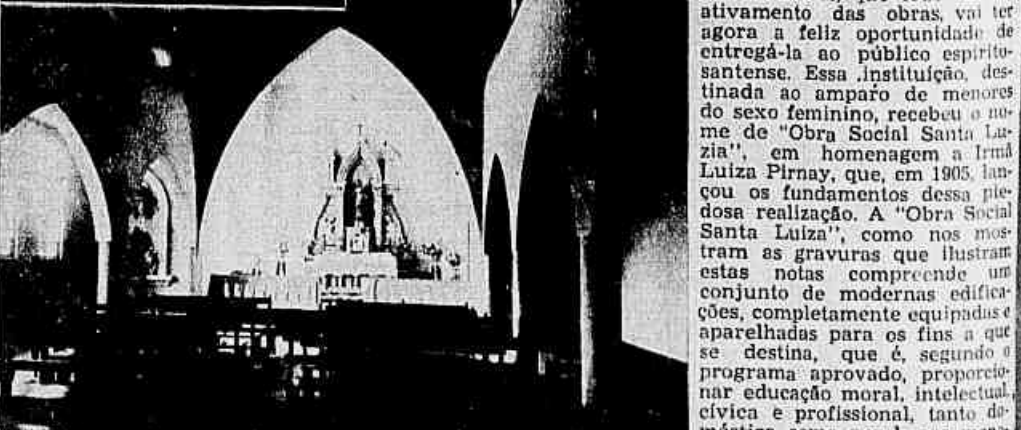
### A OBRA SOCIAL SANTA LUIZA

IMPORTANTE INSTITUIÇÃO DE AMPARO A INFANCIA A SER INAUGURADA EM VITÓRIA

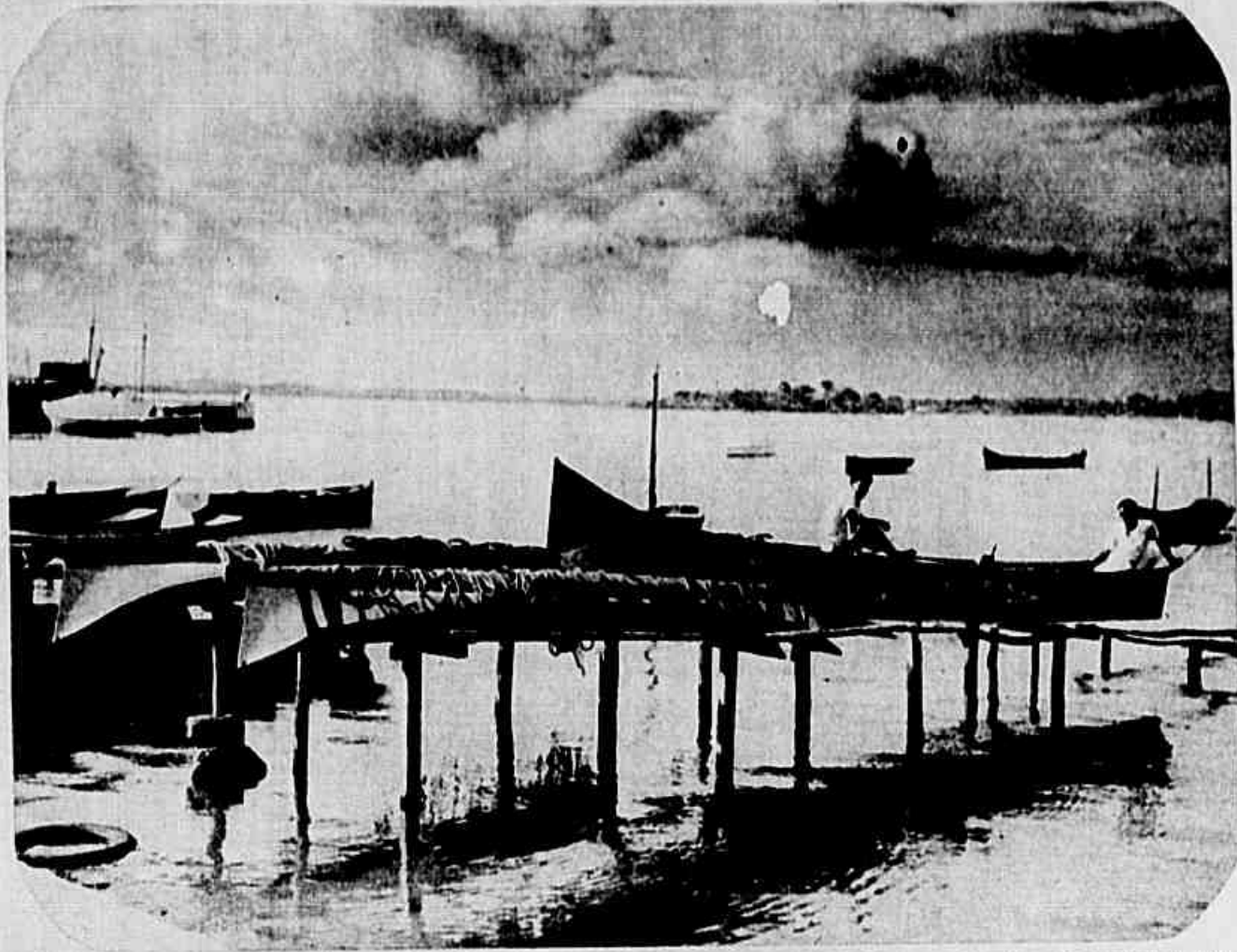
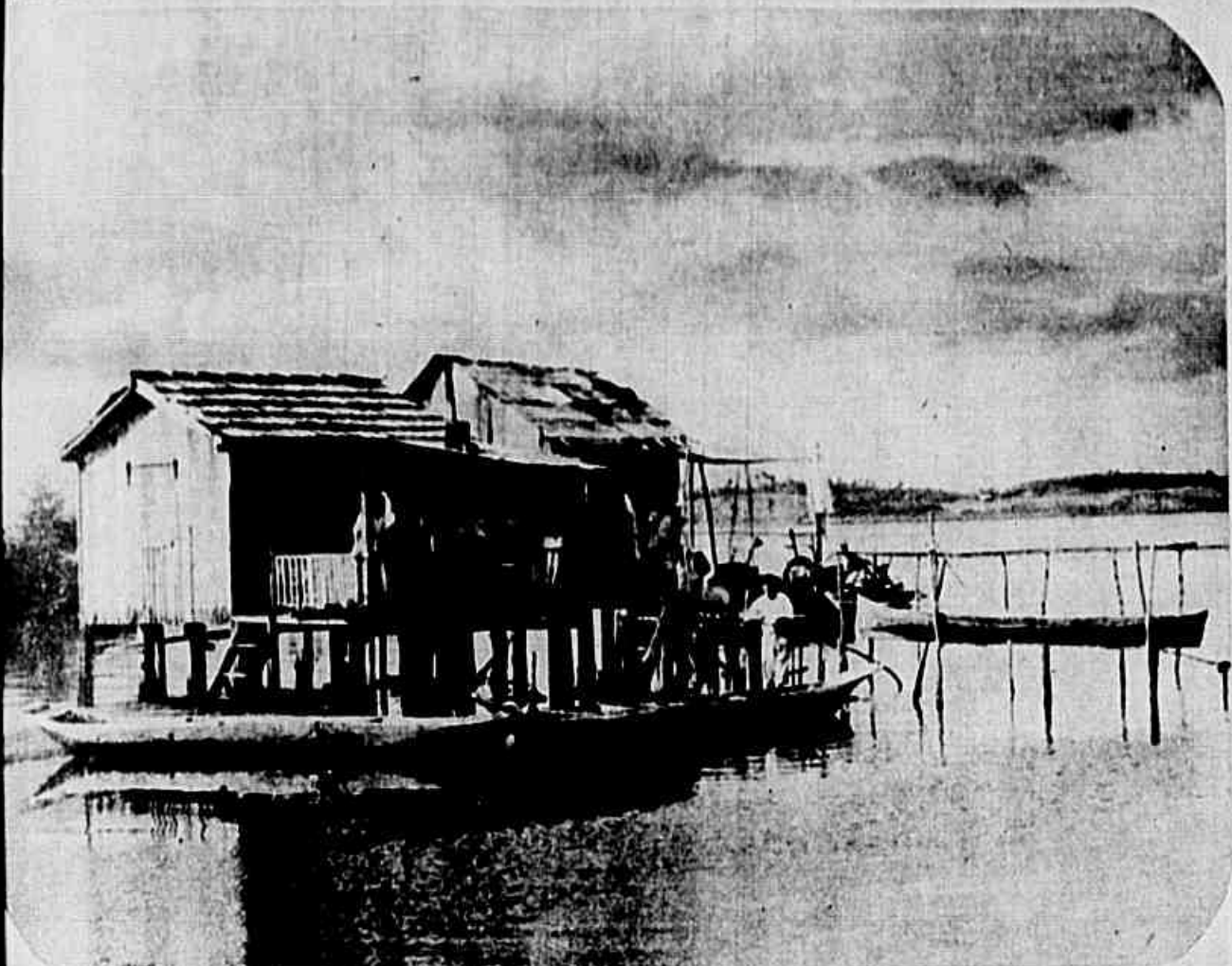
DENTRO das próximas semanas deverá ser inaugurada, na capital do Espírito Santo, uma das mais importantes instituições de beneficência daquele Estado, cuja construção pôde ser concluída graças à intervenção e ao pronto auxílio dos interventores Punaro Bley e Jones dos Santos Neves. O primeiro, quan-

do se encontrava na intervenção, determinou que as obras fossem continuadas por conta do Estado, desde que a Santa Casa local, que as iniciara, não dispunha de meios para concluir-las. Essa atitude do ex-interventor foi secundada pelo atual governo do Dr. Jones dos Santos Neves, que, ordenando o atendimento das obras, vai ter agora a feliz oportunidade de entregá-la ao público espírito-santense. Essa instituição, destinada ao amparo de menores do sexo feminino, recebeu o nome de "Obra Social Santa Luiza", em homenagem a Irmã Luiza Pirnay, que, em 1905, lançou os fundamentos dessa piedosa realização. A "Obra Social Santa Luiza", como nos mostram as gravuras que ilustram estas notas, compreende um conjunto de modernas edificações, completamente equipadas e aparelhadas para os fins a que se destina, que, segundo o programa aprovado, proporcionar educação moral, intelectual, cívica e profissional, tanto doméstica como rural, aos menores entregues aos seus cuidados.

Um aspecto da capela da benemérita instituição do Estado do Espírito Santo.







# VIDA DE PESCADORES

VIVENDO DO MAR E PARA O MAR — O MAIS ANTIGO MEMBRO DA COLÔNIA Z-4 DIZ QUE O SEU MAIOR DESEJO É MORRER NO OCEANO

MARIA Angé, Aldela de Pescadores da Colônia Z-4. Uma dezena de barcos uns em cima de outros, outros virados para cima, em reparos. "Gilda", "Gloria II", "Amanhã", "Corá", e muitos outros. Mais adiante, num terreno baldio, estalham, de agulha em punho, alguns pescadores. A pescaria a véspera havia sido acidentada. O peixe conseguiu fazer alguns furos na rede. E eles trabalhavam para repará-la. Dentro d'água, a uns vinte metros da praia, um grupo de pequenas casinhas, todas elas de varanda, uma a mais bonita de todas, pintada de azul e branco, é cercada de telhas vermelhas. O seu habitante é um pescador, que em outros tempos, conseguiu juntar algum dinheiro. Hoje vive ali, mais não despreza a pesca. O outro lado é também habitado por famílias de pescadores. Dois ou três botecos, alguns cachorros e nada mais. João Joaquim Rios, 70, é o

mais velho pescador de Maria Angé. O tempo está amarelado, mas mestre João continua firme, dando ordens.

— Mestre João?

O velho pescador senta-se a um canto do barco, acende o cigarro de palha. E diz coisas da sua vida, com simplicidade.

Mestre João é ainda forte. Não tem uma falha de dentes, ape-

sar dos seus sessenta e muitos anos de idade. É casado em segunda núpcias e tem quatro filhos. De todos eles apenas um quis ser pescador. E mestre João acrescenta:

— Quando nasci, Maria Angé só existia no nome. Isto tudo era lodo. O mar lá a mais de duzentos metros pela terra a dentro. Meu avô era pescador. Naquela

época, o pescado valia a pena. E bem verdade que não possuía tantos recursos como hoje. Mas tudo era melhor. Com seis anos de idade eu já sabia o que era pescaria. Fiz-me rapaz, tive inúmeras namoradas, constitui família. Entretanto, nada me atraía mais do que o mar. Posso mesmo lhe informar que ao cair da tarde não posso ficar em terra.

Só tenho prazer de ficar em terra uma única noite — a de Natal. As restantes, passo-as ou navegando sob uma lua luminosa ou sob tremendas tempestades. A vida do pescador é muito triste. As vezes lutamos uma noite inteira, com um mar bravo, sem conseguir uma simples sardinha. Outras vezes somos felizes e voltamos contentes. Quem

se acostuma no mar, não pode mais viver em terra. Faz essência anos que vivo para o mar e o meu maior desejo é morrer no mar.

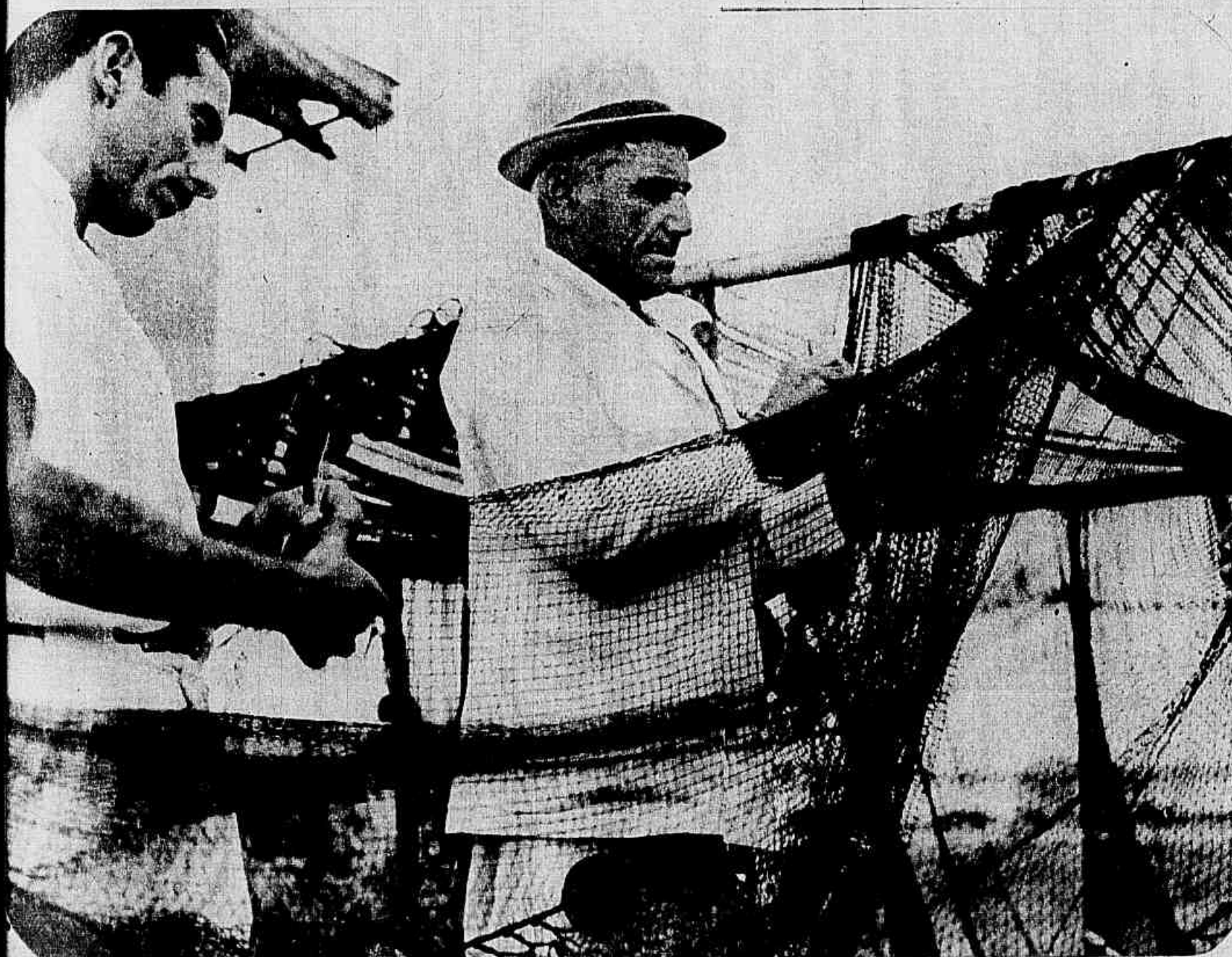
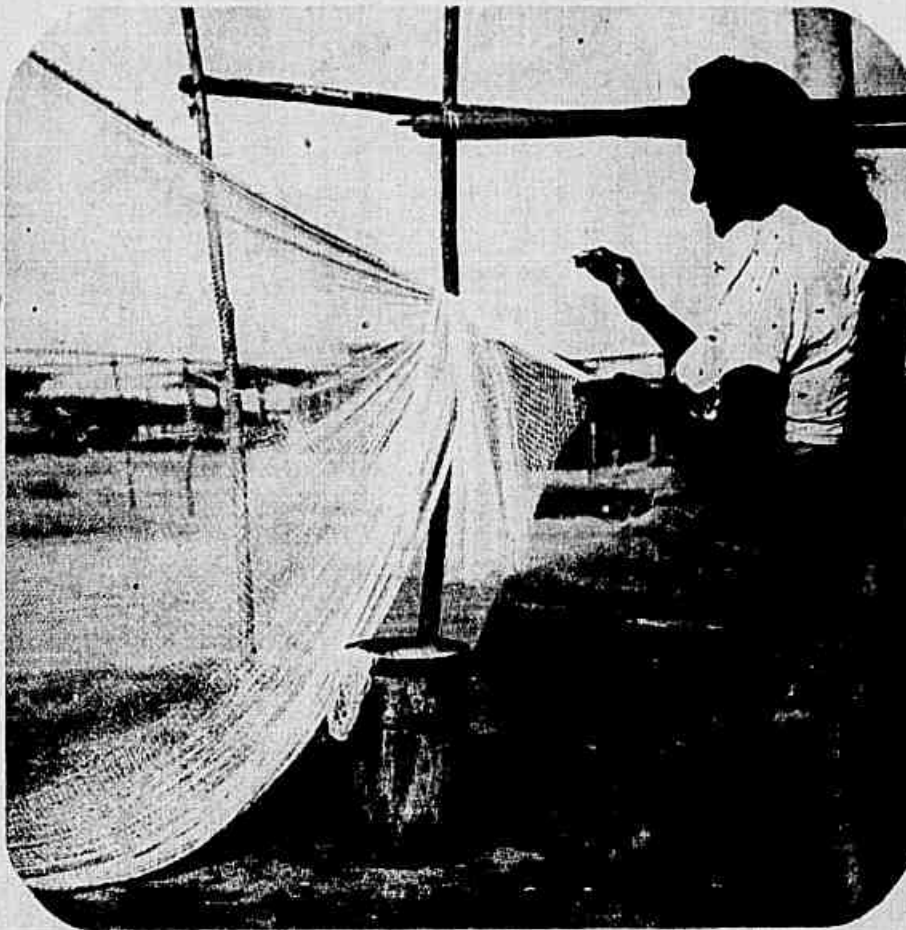
Na Aldela dos Pescadores da Colônia Z-4, as famílias moram em pequenas casinhas construídas de madeira dentro d'água, como as habitações lacustres de outrora. Vivem como se fossem

verdadeiros prisioneiros do oceano. Quando a maré sobe ninguém mais pode sair. Se acontece estarem na rua, têm que se utilizar do calque do vizinho para podermos galgar as escadas de suas modestas residências. As vezes, acontece que um pescador qualquer festeje o aniversário do filho ou da esposa. As casinhas são tão próximas que até das ja-

nelas podem eles conversar, mas para o tradicional abraço são obrigados a usar o calque. Fazem duas ou três viagens para poder levar todas as pessoas da família.

Etelvina Nogueira da Silva é esposa de João de Moura, um pescador bastante conhecido em Maria Angé. Tem filhos, inclusive uma casada com um outro pescador de nome Jusk. Fomos encontrá-la à porta de sua residência. Trazia um tarrafa há vários meses. A tarrafa só ficará pronta nas proximidades do Natal. É um presente para seu genro, que até aqui ainda ignora as intenções da sogra. Outras senhoras, todas elas esposas de pescadores, estão seguindo o exemplo de D. Etelvina. Algumas delas preparam redes para o marido e filhos. Nada agrada tanto a um pescador como um presente destes. Eles adoram uma rede, uma tarrafa ou um anzol.

A página reproduz fotografias feitas pela A NOITE na Aldela de Pescadores da Colônia Z-4.



**Colonial** O CALÇADO PARA TODAS AS IDADES

CREAÇÕES DE MISTER JAMES PARA A SAPATARIA MAIS QUERIDA DA CIDADE

SE ESTA NA MODA ESTA NA INSINUANTE

INSINUANTE UMA GALERIA A SUA DISPOSIÇÃO.

COMPRE SE LHE CONVIER, MAS NÃO DEIXE DE VER AS NOSSAS EXPOSIÇÕES

APRESENTAMOS OS MODELOS DE NOSSA EXCLUSIVIDADE MARCA COLONIAL

COLONIAL A SUPER MARCA DO CALÇADO DO BRASIL

QUALIDADE PREÇO ORIGINALIDADE OS 3 ENCANTOS DA INSINUANTE

PREÇO FIXO CARIÓCA 48 E SETE SETEMBRO, 199 201

136 — C\$ 32,50 e 35,00. Respetivamente em marrom e couro. Alcatraz, Colonial.

137 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, balaia, lencas em couro preto.

138 — C\$ 38,00 e 40,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.

139 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.

140 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.

141 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.

142 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.

143 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.

144 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.

145 — C\$ 38,00 e 42,00. Respetivamente de 20 27 e 28 33. Em couro, preto, em couro lencas.



VIVIAN AUSTIN E ANNE GWYNNE, NUM PIQUE-NIQUE.



# Overão vem aí...

E COM O VERAO AS FÉRIAS NO CAMPO E OS "SHORTS"

verão vem aí... Está chegando, novamente, a época das migrações para o campo, para as montanhas — época em que as praias ficam regorgitando de figuras sedutoras e em que as estações de águas se convertem em verdadeiros centros de elegância e de intensa vida social. O verão é a época

dos "shorts". E em matéria de "shorts", Hollywood continua a nos oferecer as mais encantadoras sugestões. Vejam, por exemplo, o gracioso "short" preto e branco, apresentado nesta página por Marilyn Clark, do elenco de Walter Wanger. E ou não é sedutor? Igualmente sugestivo é o "short" estampado que a deliciosa comedianta Louise Allbritton nos apresenta, em flagrante colhido no

estúdio da Universal. Vivian Austin prefere os "shorts" brancos e tem suas razões para isso... Ann Blyth apresenta uma graciosa combinação em branco e xadrez. E para um dia de tempo frio, mas seco, Vivian Austin e Anne Gwynne mostram como se pode combinar os "shorts" com suéteres. Ai ficam essas sugestões, que as nossas leitoras podem aproveitar para suas férias no campo, nos dias de verão que se aproximam...



LOUISE ALLBRITTON

## FLAGRANTE NUPCIAL



Damos hoje vários aspectos colhidos por ocasião do recente enlace matrimonial da prezada Srta. Dalva Padilha Gonçalves, dileta filha do Sr. Manoel Gonçalves da Silva e de sua Exma. esposa, Sra. Celina Padilha Gonçalves. O noivo foi o Sr. Francisco de Paula Costa Carvalho, filho da viúva Alvaro da Costa Carvalho, advogado e figura pertencente à nossa alta sociedade. Os nubentes tiveram como testemunhas, na bellissima cerimônia efetuada no altar-mór da Igreja de Santo Inácio, na rua São Clemente, o Sr. José Bastos Padilha e Exma. consorte, pela noiva, e o Sr. Francisco Paula Rodrigues Alves Filho e Exma. Sra. Zaira Rodrigues Alves, pelo noivo. No civil, paraninfaram o ato pelo noivo o Sr. Afonso Kuernerz e Exma. esposa, e o capitão Vidigal e Exma. consorte, pelo noivo. Na residência dos pais da noiva, sita na Av. Ataulfo de Paiva, foi organizada, na tarde desse dia, uma elegantíssima recepção ao novo "grand monde" a que pertencem ambas as famílias, de cuja organização foi encarregado o serviço especializado do Hotel Riviera, da Av. Atlântica.



VIVIAN AUSTIN



ANN BLYTH



MARILYN CLARK



O Brasil quer comprar de 500 mil a 1 milhão de carneiros no Uruguai

Declarações do ministro da Agricultura de Montevideo

DOIS BILHOES DE CRUZEIROS EM LETRAS DO TESOURO

O presidente da República assinou um decreto-lei autorizando o ministro da Fazenda a emitir letras do Tesouro vencíveis em 180 dias até o limite de Cr\$ 2.000.000.000,00

# E' O ULTIMO BALUARTE ANTES DA PLANICIE DE COLONIA!

Travada grande batalha de "tanks" e de infantaria nas ruas de Inden, cidade em parte já ocupada pelos norteamericanos - Também em Julich e Linnich - Retiraram-se para o Sarre as forças que lutavam em Merzig, anuncia a Transocean - Limpo completamente o "bolsão" inimigo entre Wanssum e Blitterswijk - Entre 30 a 60.000 homens combatendo em cada quilômetro da frente, de ambos os lados de Aachen, segundo um

comentarista germânico

COM O PRIMEIRO EXERCITO NORTEAMERICANO, 2 (I. N. S.) - Grande batalha de "tanks" e infantaria está se travando nas ruas da cidade alemã de Inden, o último baluarte nazista entre as forças norteamericanas e a planície de Colônia

RETIRARAM-SE PARA O SARRE - A TRANSOCEAN ANUNCIA O ABANDONO DE MERZIG PELOS ALEMÃES LONDRES, 2 (U. P.) -

A "Transocean" acaba de anunciar que os alemães se retiraram para o Sarre depois de lutar alguns dias nos dois flancos de Merzig. (Outros telegramas na 11.ª pág.)

ANO XXXIV - Rio de Janeiro - Domingo, 3 de dezembro de 1944 - N. 11 786

## A NOITE

EDIÇÃO DOMINICAL

# GRANADAS-HUMANAS



Tropas suicidas japonesas atiradas de paraquedas numa desesperada tentativa para impedir a queda de Ormoc - Carregadas de explosivos em volta do corpo, voam em estilhaços com os objetivos contra os quais se atiram - Guerrilheiros chineses atuando no porto de Shantung

LONDRES, 2 (R.) - O alto comando japonês, numa tentativa de última hora para restaurar a desesperada situação da guarnição de Yamashiro, na Ilha de Leyte, desembarcou tropas "suicidas" conduzidas pelas ares, na referida ilha. "Estas tropas não têm esperanças nem a intenção de sobreviverem", - diz o despacho de Tóquio para a Agência Alemã de Notícias.

"Carregando explosivos em volta do corpo, elas atiram-se sobre as instalações aliadas, voando em pedaços sob o fragor das explosões e destruindo também os objetivos, da mesma forma como o fizeram, em Kamikaze, os pilotos "suicidas" que deliberadamente caíram com seus aviões sobre os navios americanos".

"E' esta a primeira vez que o alto comando japonês faz uso desta nova arma" - diz o despacho de Tóquio acrescentando que "as granadas humanas haviam produzido danos às bases aéreas americanas de Buraen e Dulag, em Leyte, perto das quais os "suicidas" desembarcaram dos aviões transportes. (CONTINUA NA OITAVA PAGINA)



O presidente Getúlio Vargas visitando a Exposição de Arte do Canadá, vindo-se ao seu lado o embaixador Jean Desy

## Estabelecimento padrão do Brasil

O que é a Faculdade Nacional de Filosofia, onde visitada pelo presidente Getúlio Vargas - Na Exposição de Arte do Canadá

(TEXTO NA 12.ª PAGINA)

## Trieste atingida pelas tropas de Tito

LONDRES, 2 (A. P.) - O rádio de Argel anuncia que as forças iugoslavas do marechal Tito penetraram na península da Istria, a nordeste da Itália, e atingiram Trieste.

## O "MERCADO NEGRO" DE CAXIAS



As cabeças de gado apreendidas no matadouro clandestino

Atritos, conflitos e mal estar, por causa do extraordinário número de pessoas que vão lá fazer compras - Um "comissário" atrabiliário - As diligências da polícia - Abatendo clandestinamente bois doentes para vender ao público - O que apurou a reportagem de A NOITE

(Texto na 13.ª pág.)

## OITO BILHÕES DE CRUZEIROS DE OBRIGAÇÕES DE GUERRA

O presidente da República assinou um decreto-lei elevando para Cr\$ 8.000.000.000,00 o limite da emissão de Obrigações de Guerra.

Quis iniciar uma vida honesta furtando a pedra do túmulo...

MANAUS, 2 (Serviço especial de A NOITE) - Tendo sido denunciado a polícia a existência, no Mercado Público, de uma loja de sepultura servindo de balcão para a venda de pedras, o interventor ordenou diligências para a apreensão e devolução da mesma ao cemitério. Apurou-se então, que a pedra fora furtada por um indivíduo de nome Raimundo Mesquita. Preso, este declarou que furtara o mármore para obter algum dinheiro e iniciar uma vida honesta.



Dr. Nelson Fernandes

# COMO UMA AVALANCHE

## DE GAULLE RECEBIDO POR STALIN

Ao mesmo tempo o chanceler francês entrevistou-se com Molotov - A questão espanhola seria um dos problemas a serem discutidos em Moscou, segundo o rádio de Berlim

## Funcionário mais 28 ônibus

A autorização do prefeito Por ato de ontem, o prefeito Henrique Dodsworth autorizou o licenciamento de mais 28 novos ônibus, de acordo com o parecer favorável do Conselho Nacional de Petróleo.

Os preços de venda da carne argentina Um comunicado da Agência Nacional (Texto na 13.ª página)



De Gaulle

Atacam os russos para o norte e para o oeste, em dupla ofensiva em larga escala para flanquear Budapeste pela retaguarda - A qualquer momento a batalha do sudoeste do lago Balaton, que poderá decidir a campanha da Europa Central e precipitar a invasão da Áustria - Conquistado Szecszard, considerado o maior e mais poderoso bastião nazista na área do Danúbio (Texto na 15.ª página)

## Carneiros do Uruguai para o Brasil

MONTEVIDEO, 2 (Associated Press) - O ministro da Agricultura, Arturo González Vidari, revelou à imprensa que o Brasil está negociando a aquisição de um total de 500.000 a 1 milhão de carneiros no Uruguai, afim de reforçar os rebanhos gaúchos. Além disso, segundo acrescentou o ministro, é possível que o Brasil adquira o excesso de lãs finas do Uruguai, num total de 6.000 toneladas. Durante a sua habitual entrevista coletiva, o embaixador Lutzard confirmou a notícia dizendo que existem

## Quase destruído o Passo de Brennero

ROMA, 2 (A. P.) - Anuncia-se que aviões de caça-bombardeiros voltaram a atacar a estrutura do Desfiladeiro do Brennero, já quase que inutilizado pelos constantes ataques aéreos que vem sofrendo.

grandes possibilidades de cooperação entre a indústria lanífera dos dois países.

# Obra monumental: -- o Palácio das Artes

Vasto edifício, de 25 andares, destinado à audição de músicas sinfônicas - Estação de rádio - Estúdios modernos - Verdadeira N. B. C. transplantada para o Rio - Auditórios para 6.000 e 2.000 pessoas - Gravação de discos definitivos (Texto na 12.ª página)

'Para a luta, para a vitória!'

O presidente Vargas Netto na concentração dos cariocas - Muito otimismo - Jorginho e Danilo, as únicas dúvidas (Texto na 15.ª página)

## Pacífico em contra-ofensiva...



## FIANCA DE CASA

PARA OS SEGURADOS DO I. A. P. C.

A campanha da habitação - Condições para a fiança - Taxa de expedientes - O Sr. Nelson Fernandes expõe detalhes da medida posta em prática (Texto na 13.ª página)















# "A EQUITATIVA DOS EE. UU. DO BRASIL"

Como sociedade mútua, que é, tem as suas reservas técnicas subsidiariamente garantidas pelo Governo Federal, de acordo com o decreto número 4 609, de 22 de agosto de 1942.

Sede: AVENIDA RIO BRANCO, 125 — RIO DE JANEIRO — Endereço Telefônico: "Equitas"

SOCIEDADE DE SEGUROS MÚTUOS SOBRE A VIDA, FUNDADA HA QUASE MEIO SÉCULO (1896)

Presidente: DR. FRANKLIN SAMPAIO

Faz todas as modalidades de seguros sobre a vida e é a única sociedade em todo o território nacional que emite apólices com sorteios trimestrais em dinheiro à vista.

O próximo sorteio da EQUITATIVA será no dia 15 de janeiro de 1945

## CINEMA

### Os filmes do hoje:

SAO LUIZ, RIAN, VITORIA E AMERICA — "Revolucionário romântico", com Nelson Eddy, Constance Dowling e Charles Coburn. As 14.00 — 16.00 — 18.00 — 22.00 horas.

CARIOCA — "Mais forte que a vida", com Dana Andrews e Richard Conte. As 14.00 — 16.00 — 18.00 — 20.00 e 22.00 horas.

VALACIO — "Jane Eyre, a Mulher sublime", com Joan Fontaine e Orson Wells. As 14 — 16 — 18 — 20 e 22 horas.

PATHE — 4.ª semana — "De amor também se morre", com Charles Boyer, Joan Fontaine e Alexis Smith. As 14.00 — 16.00 — 18.00 — 20.00 e 22.00 horas.

CAPITULO — "Sessões. Passatempo — 'O segredo da munição', desenho, com o Super-homem: 'Contas de casamento', minitauras; 'Informes de um ataque aéreo', documentário; 'Lendador, não cortes minha árvore', desenho colorido; 'Ainda que pareça incrível', curiosidade; e 'Jornais de guerra', sessões contínuas a partir das 12 horas. Aos domingos, sessões a partir das 9.30 horas.

IPANEMA — "Perseguidos", com Errol Flynn e Julie Bishop. Sessões a partir das 20 horas.

IMPELHO — "Cow-boy de Wall Street", com Roy Rogers, e "Despedida", com Vivien Leigh. Sessões a partir das 14 horas.

ODEON — 24.ª semana — "O Costa do Castelo", filme português, com Antonio Silva e Maria Matos. Sessões a partir das 14 horas.

REX — "Gente honesta", filme nacional, com Oscarito e Lúlia Matos. As 14 — 16 — 18 — 20 e 22 horas.

METRO-POLIS — "Corações sem piloto", filme nacional, com Alfonso Stuart, Alinea, Tito, Antonia Matos e outros. As 12.00 — 14.00 — 16.00 — 18.00 — 20.00 e 22.00 horas.

METRO-THUÇA E METRO-CACABANA — "A filha do comandante", em technicolor, com Kathryn Grayson, Mary Astor, Mickey Rooney, Judy Garland, Eleanor Powell, Gene Kelly, Red Skelton, Ann Sothern, John Boles, Martha Hunt e outros. As 14.00 — 16.00 — 18.00 e 22.00 horas.

PLAZA — "O eterno pretendente", com Cary Grant e Janet Blair. As 14.00 — 16.00 — 18.00 — 20.00 e 22.00 horas.

ASTORIA, OLINDA, STAR e RITZ — "Endereço desconhecido", com Paul Lukas, Carl Esmond e Miss K. T. Stevens. As 14.00 — 16.00 — 18.00 — 20.00 e 22.00 horas.

SÃO JOSÉ — "A Ponte de São Luiz Rei", com Lynn Bari e Akim Tamiroff. As 12.00 — 14.00 — 16.00 — 18.00 — 20.00 e 22.00 horas.

COLONIAL — "A Tentadora", com Rita Hayworth e "Virgem Proibida", com Vera Mac Guire e Otto Kruger. Sessões a partir das 14 horas.

GINEAC TRIANON — "Porque o Brasil entrou na guerra", filme retrospectivo; "Bambi vai ao Prado", 3.ª semana, desenho; "20 detetives desmoldados", comédia, com os Três Patetas; "Peixinho dourado", desenho colorido; "Churchill e De Gaulle em Paris", documentário; "Dominando as nuvens", sessões contínuas a partir das 12 horas. As 22 horas em sessão única: "Hotel do norte", com Anabela, Jean Pierre Aumont e Louis Jouvet.

GINEAC O. K. — "A velha e a cobra", desenho; "Paris, campo de batalha", documentário; "Bambi e a tempestade", aventura, desenho colorido, etc. Sessões contínuas a partir das 12 horas.

REPÚBLICA — "Amor de perdição", filme português, com Antonio Villar, Carmen Dolores, Eunice Colbert e Assis Pacheco. Sessões contínuas a partir das 12 horas.

Tosse-gripe-bronquite

**BRYONILLA**

Distúrbios SEXUAIS e o seu tratamento

Desperte em seu organismo as energias adormecidas, combata o cansaço sexual e a neurastenia, que no geral é provocado pelo excesso do trabalho e outros excessos que conduzem à velhice precoce, destruindo a virilidade. O mal entretanto é curável, bastando para isso, fazer uso de um restaurador como o **VIGOKIN**, em cuja fórmula está presente o extrato testicular de touros, associado aos sais de fósforo, cálcio, maripano e guaraná. Após as primeiras doses da ação tónica do **VIGOKIN** observa-se completa transformação no organismo. Principia-se a recuperar toda a pujança de seu antigo vigor.

Revitalize seu sistema nervoso, combata o "cansaço sexual" com o auxílio do **VIGOKIN**. Obtenha assim uma saúde perfeita e um vigor que o fará invejado. **VIGOKIN** encontra-se à venda nas principais Drogeries e Farmácias do Brasil.

Remetemos pelo Correio, por qualquer parte do Brasil, em prazo de cada viduo, Cr\$ 20.00 com o registro incluso. Em vale postal ou cheque

A Drogeria Sul Americana — Largo de São Francisco, n.º 42 — Rio de Janeiro

## VENDE-SE

Casa em ótimo local, 5 minutos do centro, grande terreno e jardim. Facilidade de pagamento. Preço: Cr\$ 180.000,00. Ver e tratar: rua da Concorde, 64 (Bonde Paula Matos).

Devolvidos com o parecer do procurador

Após receberem parecer do procurador geral da Justiça Militar, foram devolvidos ao Supremo Tribunal Militar os processos referentes aos seguintes acusados: Ulisses Francisco Maciel Durval de Paula Feitosa, Estanislau Soares de Freitas, Manoel Faustino Gonçalves Bueno, Luiz Gonzaga de Faria, Descartes Passos Silva, Guido d'Angelo Antonio Marques, da Silva e outros, Antonio Carmaz, 2.ª e 3.ª Costa Calazano, sendo imediatamente conclusos os respectivos processos, para fins de julgamento.

**CUNHANDY**  
REGULADOR - UTERINO

**CASA MACRI**  
TERNOS SOB MEDIDA  
PARA HOMENS E SENHORA  
Casemiras, Linhos e Brins  
Preços populares  
VENDE-SE CORTES  
R. SAMPAIO FERREIRA, 2-B — loja  
(eq. Haddock Lobo). Tel. 45.8198

**Sindicato dos Jornalistas**  
Profissionais do Rio de Janeiro

**Assembleia Geral Extraordinária**

**EDITAL DE CONVOCAÇÃO**  
São convidados os a.s. sócios quites, no gozo dos seus direitos sindicais, para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária, de acordo com o art. 26, letra b, do Estatuto, às 17 horas do dia 6 do corrente, quarta-feira, na sede social à Av. Rio Branco, 120, 11.º andar, salas 1.116 a 1.128, para o fim especial de, como requererem, manifestar sua satisfação à Diretoria pela assinatura do Decreto-lei 7.037, de 10 de Novembro de 1941. Não havendo número, reunir-se-á a Assembleia em segunda convocação às 17 horas e quinze minutos do mesmo dia, no mesmo local.

Rio de Janeiro, 1.º de dezembro de 1941.

**ANDRÉ CARRAZZONI**  
Presidente

**Inauguração do Mausoléu do Advogado**

Será inaugurado em 8 do corrente — Dia da Justiça — pela manhã, na sala principal do Cemitério São João Batista, o "Mausoléu do Advogado", construído em terreno oferecido ao Instituto da Ordem dos Advogados Brasileiros, pela Irmandade da Santa Casa de Misericórdia. A cerimônia revestir-se-á da maior solenidade.

O Sr. Edmundo de Miranda Jordão, presidente da comissão promotora do monumento, pede por nosso intermédio, o comparecimento ao ato de todos os advogados, membros do Ministério Público, serventários e funcionários da Justiça.

Presidirá a solenidade o professor Haroldo Valladão, presidente do Instituto.

**CARIOCA, a sua revista,**  
está em todos os lugares.

**A PORTUENSE**  
Pratas Portuguesas

Artigo de fim de ano para presentes  
FILIGRANAS — RELÓGIOS — CRISTAL  
Nódozinhos em lóia

Almerindo Gomes Irmãos Ltda.  
Matriz — Uruguaiana, 133 Tel. 23-5612  
Filial — 3.ª Rua, 16 — Tel. 42-2170

## O SEGURO E A PUBLICIDADE NO BRASIL

— Venho procurando criar um "clima" para o seguro no Brasil, declara Fausto Matarazzo, titular da Organização Técnica Seguradora — Ninguém deve anunciar BEM um MAU produto — Dois "slogans" de Fausto Matarazzo: "Seguro mal feito, não é seguro" — "Em matéria de imóveis, não se arrependa por ter comprado: lamenta-se por ter vendido"



Fausto Matarazzo falando a A NOITE

No mundo de hoje, sendo a vida mais trepidante e vertiginosa no sentido do "struggle for life" americano, deve-se considerar poderosa a influência da propaganda como fator de progresso. Mas já é tempo de não confundir propaganda com essa espécie de charlatanismo delirante em voga entre nós que manifesta pela voz enganada de alguns "speakers" e através de jornais e revistas de infima tiragem... Celso Kelly, ainda pouco, em seu magistral artigo "A Publicidade e os tempos modernos" perguntava: "Publicidade? Cada um faz a sua, como entende, à semelhança dos curandeiros, bem ou mal, o organismo se cura; bem ou mal, a mercadoria se vende. Entretanto, esta descrença ou indiferença pela arte da propaganda só é compensada com o prazer que os seus estudiosos experimentam, dia a dia, diante dos resultados positivos, em ritmo crescente, demonstrando que não só existe uma técnica de publicidade, como essa técnica é imprescindível. Fora disso, publicidade é tentativa, o que importa dizer, ainda, apenas uma pequena parcela de seus esforços, ou talvez totalmente negativa nos seus efeitos.

O repórter meditava nessas coisas, pela manhã, quando começou a ouvir o manufato serviço telefônico da "Rádio Clube do Brasil", entremetido de incisivos textos de propaganda do "Instituto Técnico Seguradora". Os maravilhosos de síntese tão diferentes da maioria que gofava em borbotões, a todo instante, dos nossos microfones. E à tarde, nos vespertinos, fomos enfiados nos seguestos anúncios em negativo da mesma "Rádio Clube", anúncios sobrios e convincentes. Pondo-nos em campo, descobrimos que atrás dessa empresa de intermediação de seguros, talvez a única no seu gênero entre nós, está um verdadeiro "expert" no assunto e uma das personalidades mais marcantes do nosso alto comércio: Fausto Matarazzo.

Desse homem, pode-se dizer que é um dinamo humano que não para. É considerado um autêntico técnico de seguros, um dos maiores do Brasil, e o mais conhecido dos entendidos. Quando a porta do elevador se abriu, automaticamente, no terceiro andar da rua 7 de Setembro, 65, desparamos logo um grande cariz voltando na parede. O T. S. (Organização Técnica Seguradora) e O. T. I. (Organização Técnica Imobiliária). Todo o andar desse edifício é ocupado pelas organizações comerciais de Fausto Matarazzo: amplos gabinetes, salas em que dezenas de funcionários trabalham curvados sobre máquinas de todos os tipos. Lembra-mos logo do Jacinto, de Eça de Queiroz. Fausto Matarazzo é como Jacinto. Tem a fascinação pela máquina e pela técnica. Quando tudo em suas organizações é mecânico. Calcula-se pelos cerebros frios de infalíveis máquinas se precisa que nunca falham; estranhos e complicados aparelhos para todos os mistérios que os funcionários manipulam familiarmente. Quando uma jovem conduz ao gabinete particular de Fausto Matarazzo sentimos logo a irradiação de sua personalidade de poderosa. O seu aperto de mão é forte, não de quem pratica a força. Sua mesa é como a de Jacinto, com uma máquina de escrever e uma máquina de calcular e esquisitas em cima dela, um ditafone ao lado de vários telefones, intercomunicadores, e o ar refrigerado torna o ambiente agradável, propício aos bons negócios e às grandes iniciativas.

Fausto Matarazzo dá a impressão de quem sabe e pode vencer o tempo. Não perde um segundo num detalhe inútil, num simples gesto de cortesia. Val sempre direito ao alvo. Falamos-lhe do Dia Panamericano da Propriedade, um ministério, Fausto Matarazzo, que é um verdadeiro "causador", discorria com um homem que conhece a técnica da propaganda.

— A propaganda, diz-nos ele, é um "test" imprescindível para fixar a boca ou má qualidade das iniciativas que se projetam sobre a coletividade. A boa publicidade nunca melhora um produto; o bom produto é que, paradoxalmente, mais precisa da boa publicidade. Sem a boa publicidade não haveria uma divulgação suficiente nem uma rápida preferência a consagrar-lhe a qualidade.

Acho que a propaganda tem uma função decisiva na economia de um povo. Desvirtua, entretanto, o progresso, dificultando a vida.

Para discutirmos estes fatos precisamos jogar com patologia profunda e não é assunto próprio para estas colunas. Mas os leitores devem saber, pela leitura de nossos artigos, que o verme do amarelo decompõe o sangue, ataca o fígado, os rins, o sistema nervoso e acarreta impotência funcional da musculatura em mais de cinquenta por cento. Ora, é lógico que urge libertar a vítima de tão indesejável hóspede, e o mais rapidamente possível. Mas os vermes não são tão inocuos, embora sejam perigosos apenas quando exagerados, em virtude dos artigos verificados na clínica. Os que acham melhor começar o tratamento pela medicação anti-amêmica sustentam a opinião de que o doente muito enfraquecido se intoxica mais facilmente sob a ação do verme. Ora, o certo é que o opulento, por mais enfraquecido que esteja, suporta bem as doses fracionadas do verme, não devendo ser instituído o tratamento médico. Aos poucos o doente vai se libertando dos seus vermes e se fortalecendo por meio da terapêutica anti-amêmica, que deve ser iniciada simultaneamente com o ataque direto ao angulostomo. A razão está com a cor-

o desenvolvimento nacional. Ninguém deve anunciar bem um mau produto. Isso é um crime que devia ser punido, ou pelo menos evitado pelas empresas de propaganda, selecionando melhor os clientes, realizando simulações em torno do artigo que vão anunciar. Quem compra um mau produto induzido por uma boa publicidade, deixa de crer na publicidade.

— Não há, responde-nos imediatamente Fausto Matarazzo — Não há o inverso porque a má propaganda não vende nunca um bom produto.

— É partidário da propaganda conjugada, afirma. A propaganda é como a medicina: para ser eficiente é necessário que se tome o remédio completo. O jornal e o rádio, conjugados habilmente, representam o binômio da publicidade na promoção dos negócios. Podemos dizer que a propaganda, impressa e o desdobramento de uma força invasora nas praias do inconsciente do leitor. A publicidade radiofônica é o bombardeio aéreo.

— Na sua opinião, o que é que dificulta o seu avanço? — A mentalidade publicitária da população brasileira é quase sempre rudimentar, e diz-me, quase embelesada. Entre

a adquirir uma estação de rádio para a propaganda do seguro no Brasil, é verdade?

— Sim. Cheguei mesmo a ultimá-lo no negócio, tal a confiança que tenho na eficiência da propaganda, nova, infelizmente, acontecimentos sobrevenientes alijam a minha vontade privaram-me desse elemento substancial na expansão dos meus negócios de seguros e imóveis.

— A propaganda, no Brasil, tem acompanhado o surto de outras atividades comerciais?

— Naturalmente que não. A publicidade, no Brasil ainda é quase toda manipulada por "rapazes inteligentes". Não temos escolas de técnicos, como ocorre nos EE. UU., para criar a capital de propaganda. Vejo o progresso norte-americano em todos os setores que não é senão o resultado prático da propaganda bem orientada.

Entre nós, todavia, existe possibilidade gigantesca de expansão comercial. Podemos dizer que a propaganda entre nós está amanhecendo.

— Na sua opinião, o que é que dificulta o seu avanço? — A mentalidade publicitária da população brasileira é quase sempre rudimentar, e diz-me, quase embelesada. Entre

propos, ainda se diz gastar em propaganda, quando o certo seria investir em propaganda. Há um ditado que diz: diz-me com quem andas e eu te direi quem és. Pois bem, nesse setor, podemos dizer também: "diz-me quanto aplicas em publicidade e eu te direi como vão os teus negócios". A propaganda bem orientada, chega a ser uma função quase parastatal.

— Acha que o seguro no Brasil necessita de melhor propaganda?

— Evidentemente. Já alguém afirmou que no Brasil não se faz seguros porque ele é caro e ele caro porque há pouco seguro. Há companhias, e eu cito por exemplo, a Sul América, a Allianz da Bahia, a Equitativa, a Novo Mundo e outras poucas entre cerca de 120 empresas congêneres, que anunciam "a qualidade de seus apólices", mas não, explicitamente, a "necessidade do seguro". Não existe clima, entre nós, verdadeiramente, para se propagar determinado tipo de seguros, que se precisa fazer, antes de tudo, o clima do seguro. Entidades oficiais securadoras é que poderiam orientar e incentivar campanhas publicitárias em torno da necessidade do seguro. Se as companhias não dispersarem suas verbas anunciando qual-

idade de apólices, e se as unificarem para a propaganda da necessidade do seguro, os resultados seriam compensadores para todos. Eu, por exemplo, tenho aplicado geralmente, as mídias verbais de propaganda, em torno da necessidade do seguro, mesmo vendendo a minha empresa apenas de administração e intermediação de seguros. Venho há muito tempo procurando criar um "clima" para o seguro no Brasil, mas sempre com muito de Bonaparte, com mais idealismo do que comercialismo. Através do rádio, popularizei um "slogan" que se tornou conhecido e onde não menciono a minha empresa: "Segure sua vida, segure seu negócio, segure seus haveres, segure tudo que puder!"

— Utiliza sempre "slogans" em sua propaganda?

— Sim. O "slogan" é que é sempre decisivo. Em matéria de seguros, utilizei ultimamente este: "Seguro mal feito não é seguro". E em matéria de imóveis: "Não se arrependa por ter comprado, lamenta-se por ter vendido".

— Alguns técnicos de propaganda o redigem?

— Não. São frases minhas a serviço do meu negócio. E estou contente com os resultados que elas estão me proporcionando.

— Na sua opinião, o que é que pode desprestigiar o anúncio entre nós?

— Diversos fatores importantes: desigualdade de tarifas publicitárias, que cria um ambiente de desconformidade. Mas o que mais desprestigia a publicidade entre nós, é a "fila" de agentes de anúncios, dos pedintes em geral. Representam revistas, listas, sem nenhuma expressão, de infimas fragras, que ostentam no seu expediente nomes de generais reformados, de personalidades destacadas, nomes de quem se utilizam abusivamente.

— Dizem as histórias de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

A profissão do corretor de anúncios devia ser regulamentada, com a necessidade de que os resultados seriam compensadores para todos. Eu, por exemplo, tenho aplicado geralmente, as mídias verbais de propaganda, em torno da necessidade do seguro, mesmo vendendo a minha empresa apenas de administração e intermediação de seguros. Venho há muito tempo procurando criar um "clima" para o seguro no Brasil, mas sempre com muito de Bonaparte, com mais idealismo do que comercialismo. Através do rádio, popularizei um "slogan" que se tornou conhecido e onde não menciono a minha empresa: "Segure sua vida, segure seu negócio, segure seus haveres, segure tudo que puder!"

— Utiliza sempre "slogans" em sua propaganda?

— Sim. O "slogan" é que é sempre decisivo. Em matéria de seguros, utilizei ultimamente este: "Seguro mal feito não é seguro". E em matéria de imóveis: "Não se arrependa por ter comprado, lamenta-se por ter vendido".

— Alguns técnicos de propaganda o redigem?

— Não. São frases minhas a serviço do meu negócio. E estou contente com os resultados que elas estão me proporcionando.

— Na sua opinião, o que é que pode desprestigiar o anúncio entre nós?

— Diversos fatores importantes: desigualdade de tarifas publicitárias, que cria um ambiente de desconformidade. Mas o que mais desprestigia a publicidade entre nós, é a "fila" de agentes de anúncios, dos pedintes em geral. Representam revistas, listas, sem nenhuma expressão, de infimas fragras, que ostentam no seu expediente nomes de generais reformados, de personalidades destacadas, nomes de quem se utilizam abusivamente.

— Dizem as histórias de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade. Mas, melhores negócios e maiores sucessos, no próximo ano, quando a espetacular vitória das Nações Unidas abrirá novas e inesperadas oportunidades para o Brasil. O apogeu dará a todos maiores possibilidades aquisitivas. A publicidade será então um fator decisivo para o progresso do Brasil.

— Diga aos leitores de A NOITE que em me contataram com todos os publicitários do Brasil pelo transcurso da data pan-americana da propaganda, aproveitando o clima de desconformidade



## TEATRO RECREIO — HOJE 3 GRANDES ESPETÁCULOS

## RICHARDI JUNIOR

APRESENTAÇÃO ÀS 15 HORAS — VESPERAL CONCURSO — COM DISTRIBUIÇÃO DE BONS E PRÊMIOS PARA TODA A PETIZADA. — ÀS 20 E 22 HORAS — CAVALGADA MÁGICA

4ª FEIRA — NOVO PROGRAMA COM A APRESENTAÇÃO DO SENSACIONAL NÚMERO

A SERRA INFERNAL

## TEATRO

Lucília Simões veio ao Brasil, pela segunda vez, em 1899 para o Teatro Santana, hoje Carlos Gomes. Foi quando nos fez conhecer "A casa de bonecas", de Ibsen. Por deferência especial, a mãe de Lucília, a velha Lucinda, e Cristiano do Souza, que eram os diretores da Companhia encenaram a peça em um ato, do Coelho Netto, "Ao Luar". Havia uma situação em que a cena ficava vazia: era noite e uma rês de lua penetrava pela janela do fundo: curia-se o lado de um céu, ao longe. Havia dificuldade em encontrar o "cão", Baptista Coelho, o saudoso "João Foca", que era um dos muitos adoradores da Lucília, prontificou-se a fazer a imitação. E era perfeita. Certa noite, depois de uma das representações de "Ao Luar", combinaram uma "cena", e convidaram "João Foca". Este estava a "nômen", como se dizia à época. Disfarçadamente e humorista deu uma fugida ao Rocio, e, encontrando o velho Dias Braga, expôs-lhe a situação, tomando-lhe "alguém". Quando Foca saiu radiante, Dias Braga voltando-se para um grupo ao lado, comentou:

— É curioso: esse rapaz ladra no Santana e vem "morder" aqui...

João Castro, primeiro marido da atriz Maria Castro, foi um ator engraçadíssimo.

Certa vez, no Teatro Recreio, na Companhia do Francisco Marzullo, emprezada pelo Morais, representava-se o drama marítimo "A filha do mar". Castro fazia o padre "Rafael", cura de uma aldeia.

No segundo ato há um ruído. Lucília, "a filha do mar", supondo que o ladrão seja o "Conde do Rocio" sobre quem recaem suspeitas, pensando salvá-lo, diz ser ela a ladra. Há protestos, e correções, e, finalmente, "Gilberg" pai adotivo de "Lucília", arrebatada nos braços, fugindo à prisão. O padre "Rafael" assiste à cena e ao vir-se o capitão "Gilberg", com Lucília nos braços, exclama: — "Deixai passar a justiça de Deus, Sr. marquês".

Castro, completando a indumentária do sacerdote, levava um chapéu autêntico, de pelo, do mesmo usado nas cenas.

Quando findo o ato, Marzullo, indignado, bradou:

— Parece imbecilidade "sou" Castro, que o senhor vai para a cena com o chapéu todo arripado!

Castro sem se alterar, respondeu:

— É a tal coisa!... Não se pode mais fazer um detalhe... Você não vê, Marzullo... A cena é tão patética que até o pelo do chapéu ficou arripado... É um detalhe!

Quando se representou no Recreio a revista do Raul Pedernolas "Berliques e Berliques", Machado (caraca), fazia o "Braz Bocó" (compre).

Havia um quadro passado na caixa do teatro em que "Braz Bocó" (o Zé povinho), reclamava contra os "caracas", dizendo que era aquele um dos males do nosso teatro.

Os "caracas" eram compassas, (figurantes que de fato entravam de graça e ainda recebiam mil risos).

Machado, num domingo, no fazer a cena da expulsão dos "caracas" encontrou certa resistência por parte de um deles. Supondo que fosse pilhéria, fez, com as mãos fofas as noitas: brandiu o guarda-chuva (a finger, já se vê) e o homenzinho recalcitrante, nada. Machado insistiu, dizendo-lhe baixinho que acabasse com a "gracola". O N. N. se enfureceu, e passou uma "rasteira" no Machado, que foi de ventos ao chão. Quando se levantou, recebeu uma "cabecada", caindo novamente.

Verificou-se, depois de uma luta insana para tirar o figurante do chão, que ele estava embriagado e convenceu-o de que a coisa era a valer.

MOLIERE JR.

De molhores cenógrafos do Rio na montagem de

"Alvorada do Amor"

Como se sabe, a Empresa Paschoal Segredo apresentará no Teatro Carlos Gomes, por estes dias, a famosa opereta "Alvorada do Amor", de Otávio Rangel, com todos os requisitos de beleza e deslumbramento exigidos para os grandes espetáculos desse gênero. Assim, não medindo nenhum sacrifício de ordem financeira, a Empresa convidou Colômbia para projetar a montagem idealizada por esse artista de fina sensibilidade. Pela primeira vez em teatro, o público verá montagem deslumbrante e luxuosa nos moldes moderníssimos de cenografia, que realçará a concepção artística de Colômbia. Em "Alvorada do Amor", inauguram-se as rotundas mandadas fazer especialmente pela Empresa Paschoal Segredo, para a peça. E nesse ambiente maravilhoso de arte que o aplausido soprano Tânia Régia, cantora as lindas melodias que Jeanette Mac Donald interpretou no filme "Alvorada do Amor", tais como: "Os Gracelados", "Pombas brancas da aventura", "Aria da Rainha Luiza", no 3.º ato e "Um dia na Mocidade", de Strauss.

Vesperal, hoje, no Teatro Recreio pela Companhia

Richard Junior

A Grande Companhia de Magias e Revistas que tendo à frente o ilusionista Richard Junior, está apresentando no Teatro Recreio espetáculos interessantíssimos onde não só são feitos, de lindas impressionantes e com incrível pericia, truques de prestidigitação e números de fantasia e de música.

A "matinée" é dedicada a uma crânica cartaz fazendo Richard Junior uma farta distribuição de bilhetes, com preços muito baixos que conseguem descobrir algumas das lindas magias e serem apresentadas.

A história do "Ana Lucia no País das Fadas"

A história de "Ana Lucia no País das Fadas", vai empolpar a criança, domingo, 10, às 10 horas da manhã no Carlos Gomes, gentilmente cedido pela Empresa Paschoal Segredo. Trata-se de uma garota que sonha estar em plena floresta do Amazonas, com lindas histórias de magia, Anhangá, Curupira, o Boto, a Mãe Dagua e outras figuras de lenda do interior do Brasil.

O espetáculo, que será realizado sob os auspícios do S.N.T., e que está sendo ensaiado por Oliveira de Barros, mostrará mais um triunfo do tradicional Teatro Infantil, que a A.B.C.T. mantém há mais de seis anos. Na próxima terça-feira estarão à venda os ingressos para a estreia no Carlos Gomes.

"Pedacinho de gente", a última peça da temporada

Eib: Ferreira

Está por poucos dias a temporada da brilhante "Temporada de Eib: Ferreira", no Teatro Fênix, com a interpretação de "Pedacinho de Gente", de Dario Nicodem, em tradução do escritor Gastão Pereira da Silva, e melhor trabalho artístico de Eib: Ferreira na temporada. Tomam parte no de-

## Uma alfaiataria que é uma agência de propaganda pessoal

— Sou também um profissional da propaganda, — declara Bernardo Barbosa da Silva — Um terno sóbrio e elegante, de linhas originais e padrão exclusivo, anuncia a personalidade da quem o veste — Como devem trajar os homens de negócios, os banqueiros, os magistrados e os políticos?



Bernardo Barbosa da Silva falando a A NOITE

O repórter colhia opiniões entre os grandes anunciantes de Brasil, quando lhe ocorreu, entrevistar também um dos nossos mais famosos alfaiates. Depois de uma rápida "enquete" entre os nossos elegantes, logo um nome foi escolhido:

Bernardo, Sublime pelo elevador do "Jornal do Comércio" e saluamos no terceiro andar.

— Desculamos falar com o alfaiate Bernardo.

— Tenho a honra. Sente-se. Ele não demora. Está no gabinete de provas com o ministro X.

Sobre uma mesa, no lado de macias poltronas, vimos uma infinidade de revistas inglesas e americanas, apresentando os últimos modelos, criações originais dos mestres da elegância. Muitos depois, amável, sorridente, com o apuro de um verdadeiro "gentleman", Bernardo nos atende.

— As suas ordens, meu amigo. Explicamos a Bernardo o motivo da nossa visita. Queríamos a sua opinião sobre a propaganda no Brasil para o documentário de A NOITE. Ele sorri, misteriosamente, e nos diz:

— Com todo o prazer, caro colega.

— Colômbia? — perguntamos, com surpresa — O senhor também é jornalista?

— Não. Mas sou um profissional da propaganda.

— Não compreendo bem...

— Sr. Mito é o famoso alfaiate Bernardo?

— Sou o alfaiate Bernardo.

— E por que então me chamou de colega, se eu não sou alfaiate?

Bernardo sorri com maravilhoso bom humor. Ouvindo-o falar, a gente tem a impressão de estar

diante de um "causista", tal a facilidade e filosófica com que ele se explica. Bernardo explica:

— É muito simples. Eu considero alfaiataria um setor de propaganda. Poderia dizer mesmo: uma alfaiataria de primeira classe é tal qual uma agência de propaganda. E observe que eu me refiro à mais difícil de todas as propagandas...

— Qual? — interrompemos, surpresos.

— A da propaganda pessoal. O alfaiate é um verdadeiro técnico de publicidade. Um terno bem feito, original, é nada mais, nada menos, do que um anúncio de quem o veste. O homem que se veste bem anuncia bem a sua personalidade. O que se veste mal é o que perdeu a personalidade. Quando vejo alguém mal vestido

(a esse que se pode chamar mal vestido) eu mesmo exibindo um terno velho, sinto-me obrigado a ler seus anúncios horríveis que aparecem em revistas, jornais ou jornais sem prestígio. O homem de negócios, o político, o banqueiro, o magistrado, o homem de letras, a sua personalidade de maneiras diversas. O terno é o veículo mais decisivo da propaganda pessoal. Um magistrado não pode se vestir como o homem de negócios, como o político não pode se apresentar com um terno de mesmo talhe do magistrado. Técnico feito estudos especiais nesse sentido e por isso a minha clientela é muito selecionada. Quando alguém utiliza a etiqueta Bernardo no seu paletó pode estar certo que esse alguém tem personalidade.

— A sua opinião, meu amigo. Explicamos a Bernardo o motivo da nossa visita. Queríamos a sua opinião sobre a propaganda no Brasil para o documentário de A NOITE. Ele sorri, misteriosamente, e nos diz:

— Com todo o prazer, caro colega.

— Colômbia? — perguntamos, com surpresa — O senhor também é jornalista?

— Não. Mas sou um profissional da propaganda.

— Não compreendo bem...

— Sr. Mito é o famoso alfaiate Bernardo?

— Sou o alfaiate Bernardo.

— E por que então me chamou de colega, se eu não sou alfaiate?

Bernardo sorri com maravilhoso bom humor. Ouvindo-o falar, a gente tem a impressão de estar

diante de um "causista", tal a facilidade e filosófica com que ele se explica. Bernardo explica:

— É muito simples. Eu considero alfaiataria um setor de propaganda. Poderia dizer mesmo: uma alfaiataria de primeira classe é tal qual uma agência de propaganda. E observe que eu me refiro à mais difícil de todas as propagandas...

— Qual? — interrompemos, surpresos.

— A da propaganda pessoal. O alfaiate é um verdadeiro técnico de publicidade. Um terno bem feito, original, é nada mais, nada menos, do que um anúncio de quem o veste. O homem que se veste bem anuncia bem a sua personalidade. O que se veste mal é o que perdeu a personalidade. Quando vejo alguém mal vestido

(a esse que se pode chamar mal vestido) eu mesmo exibindo um terno velho, sinto-me obrigado a ler seus anúncios horríveis que aparecem em revistas, jornais ou jornais sem prestígio. O homem de negócios, o político, o banqueiro, o magistrado, o homem de letras, a sua personalidade de maneiras diversas. O terno é o veículo mais decisivo da propaganda pessoal. Um magistrado não pode se vestir como o homem de negócios, como o político não pode se apresentar com um terno de mesmo talhe do magistrado. Técnico feito estudos especiais nesse sentido e por isso a minha clientela é muito selecionada. Quando alguém utiliza a etiqueta Bernardo no seu paletó pode estar certo que esse alguém tem personalidade.

— A sua opinião, meu amigo. Explicamos a Bernardo o motivo da nossa visita. Queríamos a sua opinião sobre a propaganda no Brasil para o documentário de A NOITE. Ele sorri, misteriosamente, e nos diz:

— Com todo o prazer, caro colega.

— Colômbia? — perguntamos, com surpresa — O senhor também é jornalista?

— Não. Mas sou um profissional da propaganda.

— Não compreendo bem...

— Sr. Mito é o famoso alfaiate Bernardo?

— Sou o alfaiate Bernardo.

— E por que então me chamou de colega, se eu não sou alfaiate?

Bernardo sorri com maravilhoso bom humor. Ouvindo-o falar, a gente tem a impressão de estar

diante de um "causista", tal a facilidade e filosófica com que ele se explica. Bernardo explica:

— É muito simples. Eu considero alfaiataria um setor de propaganda. Poderia dizer mesmo: uma alfaiataria de primeira classe é tal qual uma agência de propaganda. E observe que eu me refiro à mais difícil de todas as propagandas...

— Qual? — interrompemos, surpresos.

— A da propaganda pessoal. O alfaiate é um verdadeiro técnico de publicidade. Um terno bem feito, original, é nada mais, nada menos, do que um anúncio de quem o veste. O homem que se veste bem anuncia bem a sua personalidade. O que se veste mal é o que perdeu a personalidade. Quando vejo alguém mal vestido

(a esse que se pode chamar mal vestido) eu mesmo exibindo um terno velho, sinto-me obrigado a ler seus anúncios horríveis que aparecem em revistas, jornais ou jornais sem prestígio. O homem de negócios, o político, o banqueiro, o magistrado, o homem de letras, a sua personalidade de maneiras diversas. O terno é o veículo mais decisivo da propaganda pessoal. Um magistrado não pode se vestir como o homem de negócios, como o político não pode se apresentar com um terno de mesmo talhe do magistrado. Técnico feito estudos especiais nesse sentido e por isso a minha clientela é muito selecionada. Quando alguém utiliza a etiqueta Bernardo no seu paletó pode estar certo que esse alguém tem personalidade.

## CIRURGIA — TRAUMATOLOGIA — Ex-1.º Assistente Chefe de Clínica do Hospital de Acidentados e da Clínica do Dr. Mario Jorge.

Av. RIO BRANCO, 277 ap. 705 — Ed. S. Borja — Tels. 42-6770 — 48-2316

## CONCURSO MUSICAL

No Colégio dos Santos Anjos

Realiza-se, hoje, no Colégio dos Santos Anjos, o conhecido estabelecimento de ensino primário, secundário e comercial da Tijuca, uma das mais interessantes provas de fim de ano, que é a prova musical. Já é o concurso de algumas matriculadas no Curso de Música do colégio, sob a direção das professoras D. Helena Cantan e Mire Maria Zella.

Nesse concurso tomarão parte 54 alunos que tocarão trechos escolhidos de acordo com o desenvolvimento e tempo de estudo de cada uma, de diversos compositores nacionais e estrangeiros. Entre essas alunas estão as seguintes: com menos de um ano de estudos, que executarão as músicas abaixo: Terezinha Dinah Varela, 1.ª Valsinha, de Francisco Russo; Noemi Wiltine, "Recreação Matinal", de Muller; Elí Carvalho Araújo, "Pequena Canção", também de Muller; Maurício Cardoso, "Polca dos Aldeões", de Zerny; Marina Moreira Lopes, "Berceuse Brete", de Evangelina Lelmann; Gabriela R. Resende, "Musette", de Francisco Russo; Elza Moreira Lopes, "Os ancinhos", de mesmo autor; Maria Ferreira Monteiro, "A boneca dorme", de Benedetti; Carolina Angela Rodri-

— Quer dizer que o senhor geralmente não anuncia a sua alfaiataria?

— Não é bem isso. Toda a questão é de que eu não preciso anunciar por uma razão muito simples: quem anuncia só tem um objetivo, que é o de aumentar as suas vendas. Pois bem, não anuncio, porque o meu problema é outro: estou superlotado de clientes e nem sempre posso atender à metade das encomendas. Minha publicidade é feita de forma indireta, através de quem utiliza os ternos de minha confecção. Tendo um terno, de quem não me afastar, prefiro qualidade a quantidade. Veja, por exemplo, as minhas casacas: são de primeira qualidade e os seus padrões exclusivos. Quase sempre só importo um corte de determinada padrão. Isto significa que quem usa a etiqueta Bernardo, dificilmente poderá encontrar em qualquer parte num cassino ou numa confraria, um terno de padrão semelhante ao seu.

— Já está meu caro amigo o segredo da publicidade pessoal. Isso é o meu gênero.

Bernardo prossegue, expondo seus pontos de vista, discorrendo sobre a "segredo" da propaganda. Antes que nos despedíssemos, pediu-nos:

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos os meus colegas de publicidade, para que façam boas negócios no decorrer do ano que se aproxima e que vai marcar, por sua vez, uma fase de prosperidade absoluta para o nosso país, com o advento da paz e da vitória das Nações Unidas.

— Já que o senhor resolveu me entrevistar, diga no seu jornal que eu formulei votos a todos



**O TOALHEIRO: R. Visconde do Rio Branco, 16**  
**O TOALHEIRO: Rua da Constituição, 84**

**ATENÇÃO: DURANTE A QUINZENA DESTA SENSACIONAL LIQUIDAÇÃO SERÃO RESERVADOS 5% DA FÉRIA DAS LOJAS "O TOALHEIRO" PARA PRESENTES DE NATAL DO EXPEDICIONÁRIO**

GUMEX — pacote .....	2,50
Lâminas GOAL — 1/2 dez. ....	2,10
Camisas Sport .....	9,80
Camisas Tricoline Primeira .....	29,90
Pijamas Tricoline .....	35,50
Pijama de Flanela Expedicionária .....	39,90

**Sueters, blusas, casacos, cobertores e agasalhos para os Soldados Expedicionários por preços verdadeiramente incríveis!**





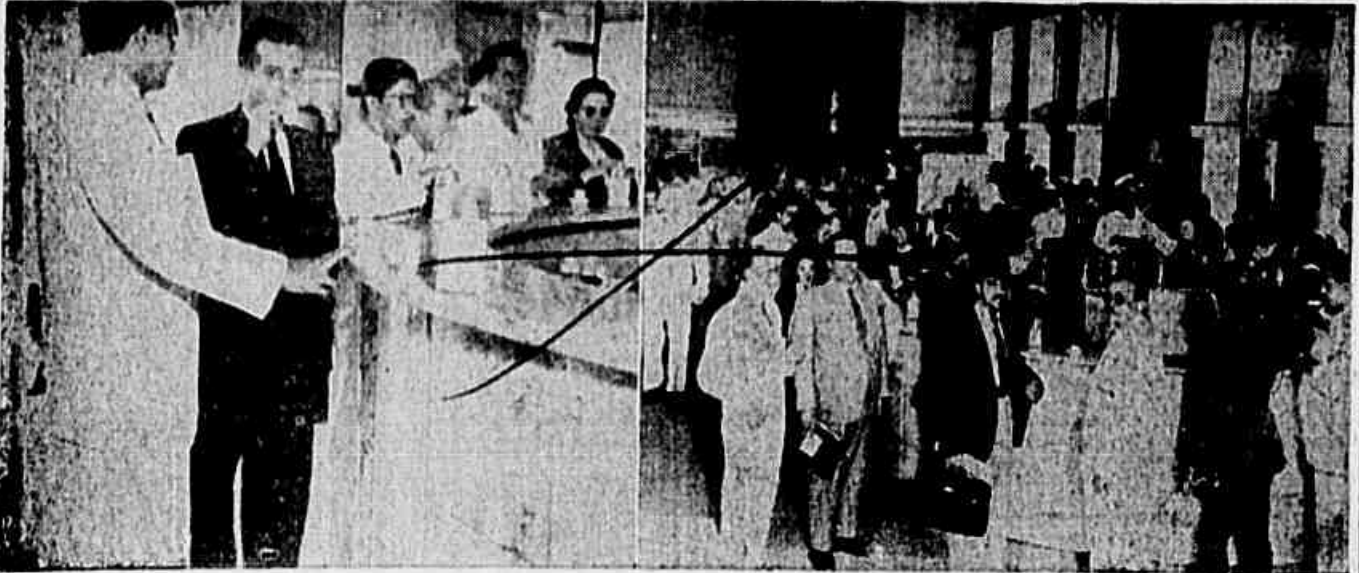






## A propaganda do café, o produto mais popular do Brasil

— Ache que a propaganda só é produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas, declara o senhor H. de Moraes, superintendente geral do Palácio do Café Ltda. — Publicidade com ilustração é vitrina sem mercaderia — Urge uma campanha de saneamento da propaganda no Brasil — O Departamento Nacional do Café e sua propaganda altamente patriótica e eficiente



O Sr. H. Moraes oferece um café ao repórter e um aspecto do Palácio do Café

Em busca de mais algumas opiniões que pudessem enriquecer o documentário que a "Empresa de Propaganda Ariel Ltda." oferece hoje aos leitores de A NOITE, o nosso repórter procurou ouvir a palavra do Sr. H. Moraes, Superintendente Geral do "Palácio do Café Ltda.", a quem, em boa hora, foi entregue a direção daquele estabelecimento que tão cedo conquistou a simpatia e a preferência do público carioca.

O Sr. H. Moraes não nos fez esperar; interrompendo suas habituais atividades, pôs-se imediatamente à disposição do repórter.

— Francamente, — começa o Sr.

H. Moraes, — não sei que valor possa ter a minha opinião pessoal para o documentário de A NOITE. Tudo que eu possa dizer não seria mais do que repetir lugares comuns, opiniões já manifestadas por diversas vezes pelos técnicos da propaganda. Em todo caso, uma coisa posso lhe afirmar: acho a sua iniciativa muito interessante e útil.

— Há quanto tempo está funcionando o "PALÁCIO DO CAFÉ"?

— Há cerca de dois anos.

— E tem utilizado sempre a propaganda para mal ou divulgação desse estabelecimento?

— Não, não. A propaganda é sempre uma coisa boa, desde que seja utilizada para fins corretos.

## A PROPAGANDA NO MUNDO BANCÁRIO

— Desenvolver a propaganda é criar, ao mesmo tempo, ambiente favorável aos grandes surtos econômicos do país — declara o Sr. Prudente Sampaio, diretor-geral do BANCO CENTRAL BRASILEIRO S/A. — Propaganda é despesa reprodutiva — Cartaz, magnífico veículo propulsor da economia popular



Dr. Prudente Sampaio, diretor do Banco Central Brasileiro S/A

A iniciativa da Empresa de Propaganda Ariel Ltda., promovendo uma "enquete" entre os homens de negócios da nossa metrópole, abrange, naturalmente, o setor mais decisivo da nossa economia que é o meio bancário.

Entre os estabelecimentos desse gênero, destaca-se, sem dúvida, o Banco Central Brasileiro S. A., que, pelo rígido critério de suas operações, inscreve-se entre os nossos mais sólidos e importantes Institutos de crédito, conquistando por inteiro a simpatia e a confiança do público.

Pondo-se em campo para ouvir a palavra de um banqueiro que acredita no êxito da propaganda, o nosso repórter não teve dificuldades em entrevistar o seu diretor-geral, dr. Prudente Sampaio.

Interrompendo amavelmente as suas atividades, o dinâmico banqueiro pôs-se à nossa disposição. Falamos-lhe do transcurso da data panamericana de publicidade e pedimos algumas palavras para os leitores de A NOITE.

— Logo que o Banco Central Brasileiro S. A. deu início às suas atividades — diz-nos o dr. Prudente Sampaio — uma das primeiras providências que tomamos foi criar uma seção de propaganda. Sou daqueles que acreditam sinceramente na força da propaganda para movimentar os negócios, intensificando-os eficientemente. Por isso mesmo, ao lado dos meus colegas de direção, dr. Adriano M. de Oliveira e Sr. Adriano L. Ferreira, tenho procurado utilizar os mais variados veículos publicitários.

— Há quem considere propaganda uma simples despesa... Sim, mas uma despesa reprodutiva. Acho que os homens de negócios do mundo inteiro, homens que movimentam capitais gigantes e que têm contacto diário com as técnicas da propaganda, não podem estar errados em massa... No nosso setor, os números falam com precisão. Sabemos que a propaganda não é um simples custo do negócio pelo simples cálculo de uma estatística mensal ou anual. É uma atividade que demonstra, cabalmente, que a propaganda não tem sido realmente útil. Pode dizer aos leitores de A NOITE que a propaganda é uma verdadeira ciência de indispensável aplicação para qualquer sucesso financeiro e comercial.

— Tem utilizado a propaganda conjugada? — Sim. Sou mesmo partidário desse provérbio que diz: uma andorinha não faz verão... Temos utilizado a imprensa e o rádio simultaneamente. Também utilizamos o cartaz, tipo de

publicidade que considero de alta eficiência. Considero-a magnífico veículo propulsor da economia popular quando utilizado na divulgação dos estabelecimentos de crédito. Gosto de utilizar o cartaz nos veículos de transporte coletivo e nos seus respectivos pontos de estacionamento.

— É partidário das campanhas publicitárias isoladas?

— Confesso que não. Especialmente no nosso gênero de negócio não se deve interromper a publicidade. Ela deve ser utilizada, sobretudo, mas permanentemente. Aliás, isso tem sido o critério adotado pelos grandes bancos do mundo inteiro.

— Já entregou a sua publicidade a alguma agência especializada?

— Não. Já temos recebido um sem número de propostas, de planos, etc., mas não nos decidimos a confiar a nossa empresa a distribuição de nossa publicidade a terceiros. Gosto de manter este encargo sob a nossa responsabilidade direta, pois, como lhe disse, considero a propaganda uma ciência que se aprende em contacto com o próprio negócio. Talvez que de futuro eu mude de opinião.

— Tem algum plano novo e interessante para 1945?

— Atualmente estamos atravessando uma fase de intensa atividade, por motivos de ordem interna, pois pretendemos reformar os nossos estatutos com o consequente aumento de capital para fazermos face ao crescente movimento dos negócios no Brasil. Por isso mesmo não tenho podido me dedicar, como quisera, à concepção de algum novo plano publicitário.

— Que pensa da propaganda, no após-guerra?

— Acho que a propaganda se importará definitivamente como uma grande força no mundo dos negócios. Como é fácil prever, o após-guerra motivará empreendimentos gigantes, realizações grandiosas. Em todos os setores das atividades comerciais a situação é indubitavelmente a mesma: a necessidade de uma publicidade bem orientada, criteriosa e efetiva, poderosa e econômica, para impulsionar os seus produtos e aumentar as suas vendas. Propaganda é uma força inevitável. Nós a utilizaremos sempre, mesmo porque desenvolver a propaganda é criar ao mesmo tempo ambiente favorável aos grandes surtos econômicos do país.

— Agradecemos a gentileza do dr. Prudente Sampaio que com tão boa vontade associou-se às nossas comemorações da data panamericana, motivo de alegria e de estímulo para todos nós.

— Sim. Desde a fundação da nossa casa, temos feito uma publicidade contínua e sistemática, utilizando sempre programas de imediato interesse popular.

— Emissoras de sua preferência?

— Sempre fui um sintonizador das boas emissoras brasileiras, acompanhando com vivo interesse o seu desenvolvimento. Tenho, é claro, as minhas preferências. Gosto muito de ouvir a NACIÃO, o TÁMOIO, o RÁDIO MAYRINK VIEIRA, estações onde são geralmente irradiados os nossos programas.

— Como utiliza a sua publicidade?

— Sou inteiramente favorável às campanhas contínuas, mas com intervalos semanais, pois acho que a propaganda diária, consecutiva, cansa um pouco.

— Alguns planos interessantes para 1945?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à sua apresentação, que deve ser a mais moderna possível. Só conceito de publicidade impressa quando ela não fatiga os olhos do leitor. Publicidade impressa deve conter decoração, figuras ilustrativas, etc. Só assim ela conseguirá despertar a atenção dos leitores. Li, não sei onde, que o anúncio sem ilustração, é o anúncio sem ilustração.

— Antes de terminar os seus comentários, gostaria de fazer uma pergunta ao Sr. Moraes: qual a sua opinião sobre a propaganda no Brasil?

— Tratando-se da propaganda do produto mais popular do Brasil, é forçoso salientarmos o magnífico sistema de difusão do café promovido pelo "Departamento Nacional do Café", que realiza a propaganda em seu melhor sentido. Aliás, com o beneplácito do Dr. Jaime Guedes, dinâmico presidente desta entidade máxima, o Dr. Teófilo de Andrade que supervisiona essa publicidade tem feito algo que não pode deixar de ser salientado na data panamericana da propaganda. Através dos seus variados cartazes, em vitrines, folhetos, etc., o "Departamento Nacional do Café" tem realizado eficientemente o seu alto objetivo que é o de difundir o mais possível o produto mais popular da nossa terra e fonte de sua perene riqueza.

— E quanto à propaganda em geral?

— Acho muito cedo para tratar disso, pois gosto muito de extrair do curso dos acontecimentos mundiais os motivos mais interessantes para a nossa publicidade. Acho que a propaganda só é realmente produtiva quando não se limita à exploração dos mesmos temas. Na variedade, podemos dizer, está o sucesso da publicidade.

— Pode dizer alguma coisa sobre a publicidade no após-guerra?

— De acordo com a natural evolução das coisas, a publicidade atingirá um nível muito alto. Credo mesmo que ela progredirá muito no que concerne à



## ECOS DAS HOMENAGENS PRESTADAS AO COMERCIANTE FRANCISCO NOGUEIRA PELO SEU RESTABELECIMENTO VISUAL



Nesta foto vê-se o homenageado cercado da comissão promotora e de seus médicos assistentes: — Dr. Campos de Rezende, abalisado oculista, com consultório à Rua Buenos Aires, 212, e Dr. Divo Orcioli, especialista em moléstias do coração e vasos.

## E' O ULTIMO BALUARTE ANTES DA PLANICIE DE COLONIA!

Títulos principais na 1.ª linha: TREMENDAS PERDAS DOS ALEMÃES

COM AS FORÇAS DO 2.º EXERCITO BRITANICO, 2 (A. P.) — Um portavoza do exercito declarou que estão sendo infligidas tremendas perdas aos alemães, diariamente, ao longo de toda a frente ocidental.

ENTRARAM EM JULICH E LINNICH AS FORÇAS ALIADAS

PARIS, 2 (Por James Mc Glinchey, U. P.) — Forças aliadas, tendo alcançado seu ritmo de operações na frente ocidental, entraram de assalto em Linnich e Julich, hostes alemães que defendem a rota que leva a Colonia e Dusseldorf, e em Sarre Union, na linha do Sarre, enquanto que mais ao sul os nazistas destruíram três pontes sobre o Reno, em Estrasburgo, em face da terrível pressão do 7.º Exército norte-americano.

Lutando em face a uma resistência que cresce intermitentemente, as forças aliadas continuam avançando firmemente sobre seus próprios e pelo menos aparentes objetivos imediatos.

Um resumo sobre as operações nos seis setores, onde operam os seis exercitos aliados que desceram a "ma" ofensiva de inverno para o coração do "Eixo", aponta o seguinte:

Na frente do 2.º Exército, completa "limpeza" de um "holandês" inimigo ao oeste do "Mosa entre Wanssum e Bilterswijk".

Frente do 3.º Exército, — Luta nas ruas de Linnich e Julich. Essa força norte-americana chegou ao margem do Reno nas duas referidas cidades, ampliando em 24 quilômetros as posições aliadas sobre a margem ocidental da referida corrente.

Atividades do 1.º Exército americano, "limpeza" completa de uma parte de Inden, ao oeste do rio Inde. Avanços no interior de Menode, nos arredores de Duren, base sul da linha alemã, ao longo do Reno.

Frente do 3.º Exército, — Assalto a Sarre Union. O flanco esquerdo da tropa de Patton está atacando no setor central de Julich, área sendo removidos os civis nazistas.

Na frente do 7.º Exército dos Estados Unidos se verificou que essa força obrigou os alemães a abandonar a perigosa cabeceira de ponte de Strassburg. Em sua retirada os nazistas destruíram três pontes sobre o Reno, contendo com a proteção de densa neblina. Uma coluna da tropa de Simpson também luta nos subúrbios de Haguenau.

Sector do 1.º Exército francês, — Forças realizadas operações locais em zonas sobre a estrada que leva a Gormier, enquanto que na extremidade meridional da frente ocupou Basiles e Hunsingen, que ficam à vista da linha belga.

Os norte-americanos em Linnich completaram a "limpeza" de Linnich, nem de Julich, porém chegaram, em ambas cidades às margens do Reno. A tropa americana do 9.º Exército domina agora mais oito quilômetros da margem ocidental do Reno, pelo que o trecho em seu poder passou a ter a extensão de 24 quilômetros. Essa força também rechaçou contra-ataques alemães que, evidentemente, procuravam aliviar a pressão sobre Linnich. Essa operação nazista teve base em Bachelen.

Linnich e Julich, são as principais cidades alemãs no centro da frente guarnecida pelo 9.º Exército.

Na margem oposta do Reno se encontra a planície de Colonia, sobre a qual se pode distinguir facilmente os alemães trabalhando febrilmente na ereção de fortificações para a defesa final de Colonia e Dusseldorf.

Os norte-americanos controlam assim a margem ocidental do Reno, de Linnich, onde parte a ampla estrada que leva ao centro industrial que é Munchen-Gladbach, 26 quilômetros ao noroeste.

Na frente norte, o 9.º Exército americano assaltou e ocupou uma elevação dominante ao norte de Meek, onde prosseguem os refugios na rua. A estrada entre Linnich e Linder, 5,5 no noroeste foi cortada, tendo os norte-americanos chegado até a altura que domina a grande ponte de concreto sobre o Reno, por onde os nazistas fazem passar grande parte do tráfego para o Oriente.

Mais para o sul, Linnich, onde os alemães ainda têm duas pequenas cabeceiras de ponte, foram cercados e destruídos, pertencendo a uma frente de 10 quilômetros, enquanto que alguns contingentes aliados lutam nas ruas de Flossdorf e Roerdorf, ao sudeste de Linnich.

Uma dezena de quilômetros ao sul de Linnich, outras forças do 9.º exercito lutam de casa em casa, em Julich, controlando os norte-americanos toda a parte da cidade ao oeste do Reno. O único foco de resistência dos alemães nesta zona é o Palácio dos Esportes, onde os alemães estabeleceram uma espécie de anel de segurança em torno daquele edifício.

As forças do 9.º Exército ainda não cruzaram o Reno nem em Linnich, nem em Julich.

Na frente do 1.º Exército norte-americano, o inimigo foi "varrido" da margem oeste do rio Inde. Agora os alemães lutam desesperadamente para evitar que os norte-americanos cruzem a corrente. Com esse propósito os

nazistas reforçaram sua artilharia e o duelo entre as peças pesadas é ensurdecedor. O inimigo não dá mostras de debilidade.

Forças norte-americanas estão sob o fogo de artilharia e sua linha agora corre para o sudeste através de Langerwehe e Jundersdorf, porém não cruzou o Inde em ponto algum.

Mais ao sul, em Merode e nos lugares próximos, a 7.ª divisão, 7 quilômetros ao norte de Duren, tem lugar encarniçados choques sem vantagens para qualquer dos contendores.

Na extremidade da ala direita do 1.º Exército, contingentes norte-americanos se encontram nas proximidades de Geij e Brandenberg, 7 quilômetros ao sudoeste de Duren.

Em torno do bosque de Herten os alemães estão utilizando tropas frescas em um derradeiro esforço para proteger a rota de Duren.

Em uma progressão de três quilômetros, a partir de Felsberg, o 3.º Exército de Patton lançou-se para o interior de Saarbrücken, 10 quilômetros ao sudoeste da zona fortificada.

Pilotos de reconhecimento informaram que está em marcha a evacuação de civis alemães de Saarbrücken e que indica a possibilidade de estar na fase final a evacuação nazista dessa cidade.

Notícias procedentes da frente indicam que a infantaria e forças blindadas já estão dominando quase completamente Saarbrücken, ao oeste do Sarre.

Cacças-bombardeiros atacaram Saarbrücken ao meio dia de hoje e parte da cidade, em horas da tarde, estava em chamas.

Colunas do 3.º Exército continuam apertando o cerco em torno de Saarbrücken.

Uma divisão de infantaria passou por Theding, 11 quilômetros ao sul de Saarbrücken, ocupando a zona que mais para o oeste, outros elementos se aproximaram da mais importante cidade do Sarre.

Uns 40 quilômetros ao Sudoeste de Saarbrücken elementos da 4.ª divisão blindada penetraram nas ruas de Sarre Union, onde os alemães defendem casa por casa com resistência que vai às raíças da obstinação. Unidades de infantaria prosseguiram para o leste de Sarre Union, tendo ocupado Sarre Warden, nos subúrbios meridionais da cidade.

Contra-ataques desfechos por tanques alemães forçaram uma retirada aliada em Machu-viller.

Em Strassburg os alemães se aproveitaram de densa neblina para se afastar da cabeceira de ponte que mantinham na cidade, depois do que destruíram duas pontes rodoviárias e uma ferroviária que cruzavam o Reno, corrente que em Strassburg tem uma largura de 100 metros.

Colunas do 3.º Exército ocuparam apenas restas duas pontes intactas no Reno, uma em Breitscheid e outra em Chalampre, ao n-deste de Mulhouse.

O flanco esquerdo das forças do 7.º Exército alemão ocupou posição a 10 quilômetros da fronteira nazista, na extremidade oriental da França, ao tomar Zinswiller, ao noroeste de Haguenau, cidade esta que tem seus subúrbios como teatro de operações de alguns contingentes do general Patton.

O 7.º Exército americano e o 1.º francês continuam apertando o cerco em torno dos alemães entre o Reno e os Vosges, ao sul de Strassburg. Uma coluna norte-americana ocupou uma dúzia de povoados sobre uma frente que vai de Bilschweiler a Boorzhheim.

Entretanto, tropas francesas avançaram três quilômetros para ocupar posição a 1.600 metros de Thann, 30 quilômetros ao nordeste de Mulhouse.

COM FRIA E SELVAGEM HABILIDADE COM O 1.º EXERCITO AMERICANO NA ALMANHA, 2 (De William Smith, White Star, U. P.) — O 1.º Exército foi cortado hoje ao longo de toda a sua linha de combate, à exceção de pequeno e insignificante progresso.

Entretanto, o processo de trituração das forças alemãs avançou, sem tréguas. Esse processo já destruiu quatro divisões alemãs e forçou duas a se retirar para encher os elos abertos nas suas fileiras. Essas duas divisões foram tão severamente mortas, desde 16 de novembro, que a 1.ª divisão alemã lançou o 1.º Exército na sua ofensiva de fim de outono, que o inimigo perdeu 7.600 prisioneiros nesta frente, e, provavelmente, três vezes esse número em mortos e feridos.

Mas os alemães estão combatendo com fúria e selvagem habilidade, tal como nunca revelaram antes, em toda a campanha na frente ocidental.

Tão habilmente têm combatido que um alto oficial do Estado Maior americano declarou ser impossível que Hitler desistisse de dirigir o Exército no oeste, entregando essa tarefa ao marechal de campo von Rundstedt.

GRANDE BATALHA EM AMBOS OS LADOS DE AACHEN LONDRES, 2 (U. P.) — O exército de guerra da "Transoceânica". Günther Wehr, revelou hoje que se está desenvolvendo uma grande batalha em ambos os lados de Aachen, onde o general Bradley, lança continuamente novos reforços para a "imensa tarefa" que se encontra entre a floresta de Hürtgen e o rio Wurm.

Mais adiante, Wehr indicou que o 9.º Exército experimentou seu mais severo revés, o que constituiu na perda de terreno às margens da ferrovia Geilenkirchen-Erkelenz.

A seguir, Wehr falou em rude luta de casa em casa em Linderhu, onde a retarda da alinha sua 21.ª hora sem qualquer sombra de tréguas.

Depois Wehr falou que na floresta de Hürtgen, onde estão em atividade sete divisões em 20 quilômetros de frente, os americanos desfecharam 18 ataques em 24 horas, sem obter êxito.

Wehr também assinalou que na maioria dos setores da frente de Aachen, existem entre 20 e 60 mil homens, uns em frente a outros, em cada quilômetro de frente.

Na frente do Sarre, prosseguem Wehr e entre Metlach e Sarrelouis, cinco divisões norte-americanas estão atacando.

A seguir, Wehr falou em rude luta de casa em casa em Linderhu, onde a retarda da alinha sua 21.ª hora sem qualquer sombra de tréguas.

Depois Wehr falou que na floresta de Hürtgen, onde estão em atividade sete divisões em 20 quilômetros de frente, os americanos desfecharam 18 ataques em 24 horas, sem obter êxito.

Wehr também assinalou que na maioria dos setores da frente de Aachen, existem entre 20 e 60 mil homens, uns em frente a outros, em cada quilômetro de frente.

Na frente do Sarre, prosseguem Wehr e entre Metlach e Sarrelouis, cinco divisões norte-americanas estão atacando.

A seguir, Wehr assinalou que nos dois flancos de Metz as tropas alemãs recuaram para o Sarre, em uma manobra de "desligamento", porém assinalou que a tropa norte-americana esteve sob fogo cruzado de armas pesadas e leves, alemãs, pelo que só pôde avançar alguns metros.

Almo Günther Wehr que fala em, em ambos os pontos os americanos foram violentamente rechaçados e recuaram alguns quilômetros.

Entre Sarre Union e Tiefenbach, o exército de Patton desfechou uma nova ofensiva na direção norte.

Mais adiante, Wehr assinalou que, uma divisão de tanques e granadeiros nazistas penetraram violentamente na zona e acrescentou que no setor de Sarre Union os norte-americanos ainda se encontram a uns 30 ou 40 quilômetros das fortificações da Alemanha. Segundo Wehr, os estadunidenses ainda tem que cruzar campos minados e linhas de casamatas da antiga linha Maginot.

Segundo o correspondente da "Transoceânica", Seletat é o novo centro de gravidade da luta na Alsácia. Indica que duas divisões de infantaria norte-americanas e uma divisão blindada, assim como a 2.ª divisão blindada francesa se encontram a 20 ou 30 quilômetros de Kolmar, que é o centro das defesas na Alsácia.

ACELERANDO O EXODO CIVIL DO SARRE

PARIS, 2 (Thurston Macaulay, U. P.) — O exodo dos civis alemães da ameaçada área do Sarre foi acelerado, em razão do avanço do Exército americano insinuando uma ofensiva ao longo de todo o rio e ampliou a linha de assalto em quase mais dois quilômetros, estendendo as posições americanas numa frente de 17 quilômetros, inclusive a alinha de defesa da fortaleza da Linha Siegfried, continuando estendendo sua frente sobre o Sarre, na área do baluarte de Metz, ao norte de Saarbrücken.

O Exército alemão, pelo sul, avançou pelo menos dois km de Sarre Union. Os caminhos, em toda a área, estão superlotados de tráfego militar e congestionados pelos civis que fogem, em todos os veículos, inclusive até carrinhos de mão. A frente do Sarre foi estendida para 16 km em ação combinada da Décima Divisão Blindada e da Divisão de Infantaria 10.ª, ambas norte-americanas.

A Divisão Quinta de Infantaria acelerou a ofensiva para a área de Saarbrücken, entre Metz e Saarbrücken, eliminando o saliente de seis km ao norte de St. Avold, ao noroeste de Metz.

Dentro de Strassburg há ainda fogo esporádico de artilharia fortíssima alemã. Almas de Strassburg, duros combates foram contidos ao oeste de Haguenau no longo da rota para Karlsruhe, centro ferroviário e base de abastecimentos que recebeu na noite de ontem pesado bombardeio aéreo.

O Sétimo Exército Americano libertou Schweighausen, depois de ferozes lutas, e também de fortes progressos para noroeste. Os bombardeiros aliados silenciaram canhões alemães na Alsácia e também atacaram pontos de comunicação na rede da linha de defesa alemã, destruindo locomotivas e material rodante. Os aliados penetraram em Duren e Itzbach e enviaram elementos para Felsberg.

Nos outros pontos há resistência inimiga encarniçada. Foi repellido um contra-ataque em Linderhu e continua a luta de casa em casa em Inden.

Nas montanhas dos Vosges, as tropas francesas lutaram pequenos ninhos de resistência do inimigo entre Basilea, na Suíça, e Rosenau. Nas alturas dos Vosges, os aliados fizeram um avanço de um quilômetro no bosque de Gornimont, entre os desfiladeiros de Bussang e Schlucht, com intensos combates e avanço de três quilômetros se fez ao sul da área de Thann, onde foi rechaçado um contra-ataque na quinta-feira.

— A última hora, noticiou-se que o Nono Exército Americano entrou nas cidades de Julich e Linnich, continuando a fuga dos alemães.

Ambas essas cidades protegem a planície de Colonia. Os norte-americanos já se aproximaram da terceira parte de Linnich e da maioria dos subúrbios de Julich, que ficam na margem oeste do Reno, a principal parte da cidade está na margem oculta.

O Terceiro Exército ampliou

## Orlando Silva no "Colégio do Amor Glorioso"

O "Colégio do Amor Glorioso", numa cena de rádio-teatro

O "Colégio do Amor Glorioso", programa que se apresenta todos os domingos, com Barbosa Junior, Ligia Sarmiento e uma constelação de mais brilhantes "artistas", no microfone, apresentará hoje, como seu convidado de honra, Orlando Silva, na série dos seus grandes visitantes.

Entre as famosas pléides de Barbosa Junior, os concursos de declarações e cartas de amor, que distribuem 1.000 cruzeiros de prêmios em cada programa, o "Colégio do Amor" terá, esta noite, uma atração absolutamente inédita.

Orlando Silva, aparte os seus lindos números que interpretará com a "Orquestra Gloriosa" regida pelo Carioca, terá ocasião de contrariar com Barbosa, Ligia e Henriqueta Bello, num "sketch" de deliciosa comédia.

Esta noite, portanto, às 22 horas, os ouvintes da Rádio Nacional terão momentos deliciosos numa audição diferente do "COLLEGIO DO AMOR GLORIOSO".



de DESENHISTA

Cursos diurnos e noturnos

Prof. KALIXTO  
Curso de Desenho Técnico  
direção do Prof. L. OBERG  
R. CANDIDO MENDES, 15 - 2.º and.

Era uma ladra a criada

Quando a criada foi embora, despedida da casa em que estava, na rua Graça, 120, no Grajaú, foi que a família Silva Vignoli deu pelo furto.

Havia furtado a doméstica, que se chama Odete, um colar de pérolas, avaliada em 1.000 cruzeiros, e ainda, 175 cruzeiros, em dinheiro.

Do caso foi identificada a polícia do 18.º Distrito que diligência no sentido de localizar e prender a ladra.

VENDEM-SE 3 ótimas casas, uma na zona sul e 2 na Tijuca.

Telefone 25-8799

mais sua frente e sua linha de ataque à baía do Sarre, ocupando Saint Avold e alcançando as vizinhanças de Farsviller.

OS ALEMÃES DIZEM TER RECAPTURADO LINDEN

LONDRES, 2 (A. P.) — Uma transmissão da rádio de Berlim anunciou que os alemães recapturaram o povoado de Linden, a poucos quilômetros da noroeste de Geilenkirchen. Contudo, o comunicado, aliado de hoje anuncia apenas que o inimigo contra-atacou em Linden contra o resultado.

LONDRES, 2 (A. P.) — O seguinte o texto do comunicado distribuído hoje pelo Supremo Q.G. Aliado:

"As forças aliadas estão encontrando uma obstinada resistência inimiga no setor de Linnich-Hürtgen. Ao norte desse setor, a margem ocidental do Reno, a guarnição alemã de Weiz, continuando, porém, as nossas tropas a lutar em Linnich, Flossdorf e Beek.

No setor de Linden foi repellido um contra-ataque inimigo, sendo que em Linden continuamos a luta de casa em casa. Não obstante a obstinada resistência inimiga, nossas tropas conseguiram alguns ganhos de caráter local, durante os ataques efetuados em direção às cidades de Geij e Brandenberg.

Formações de caça-bombardeiros efetuaram um ataque contra os baluartes inimigos e concentrações de tropas nas áreas de Julich e Linnich, bem como na floresta de Hambach. Outras formações de caça-bombardeiros desfecharam ataques contra as fortificações e pilões ferroviários inimigos, veículos blindados e depósitos de suprimentos nas cercanias de Duren.

No setor do vale do Sarre, os contingentes aliados estão dominando a margem ocidental do rio ao norte e ao sul de Metz, e atingiram um ponto a duas milhas a oeste de Saarbrücken. Numerosas cidades foram tomadas, incluindo as de Filtzen, Fernersdorf e Oberlinberg.

Nossas forças continuam avançando pela planície Alsácia, a cidade de Schweighausen foi libertada depois de duros combates, tendo as unidades aliadas conseguido ganhos territoriais também ao nordeste desta cidade. Ao sul da cidade de Strassburg, as nossas forças blindadas atingiram um ponto a milhas aproximadamente de Hogenheim-Boufeschim, não obstante a tática de retardamento do inimigo.

Formações de caça-bombardeiros efetuaram um ataque contra as posições de artilharia na região da Alsácia, tendo bombardeado igualmente as comunicações situadas por detrás de suas linhas. Foram bombardeados os depósitos ferroviários de Offenber e sido destruídos numerosos locomotivas e vagões.

Na Alta Renânia, perto da cidade de Aachen, a cidade de Bussang foi ocupada pelas nossas tropas, depois de rápidos avanços, efetuados em direção ao sul dos Vosges.

Formações de caças e caça-

## A EXPOSIÇÃO AVENIDA E A EXPOSIÇÃO CARIOCA apresentam a sua

## GRANDE EXPOSIÇÃO DE NATAL

Para que todos tenham tempo de escolher à vontade... e fazer as suas compras com absoluta comodidade, A Exposição Avenida e A Exposição Carioca lançam desde já as mais originais sugestões para presentes e as mais lindas coleções de artigos nacionais e estrangeiros... num ambiente festivo que evoca a tradição do Natal!

Ofereça o Carnet de Natal aos seus amigos... e deixe que eles escolham os presentes!

Você pode adquirir, à vista ou pelo Crédito, quantos Carnets de Natal quiser e usá-los para si mesmo e para presentear seus amigos.

Dando um Carnet de Natal — um presente inédito e prático, você deixa ao gosto do presenteado a escolha dos presentes.

A EXPOSIÇÃO AVENIDA — só para homens — Av. Esq. de São José

A EXPOSIÇÃO CARIOCA — só para senhoras — Largo da Carioca

MAGASINS

a Exposição

os maiores do Brasil

## O II Congresso Panamericano de Engenharia de Minas e Geologia

Vai realizar-se em outubro do ano vindouro, nesta capital — Um crédito de Cr\$ 2.000.000,00 para ocorrer às respectivas despesas

Sob a presidência do engenheiro Ernesto Lopes da Fonseca Costa e com a presença dos senhores Edmundo de Macedo Soares e Silva, Bernardino Corrêa de Matos Neto, Casimiro Montenegro Filho, Antonio José Alves de Souza, Emydio Ferreira da Silva Junior e Non Henry Leonards reuniram-se o Conselho Nacional de Minas e Metalurgia.

Aprovada a ata da sessão anterior, foi lido o expediente, do qual constou da Carta do engenheiro José Alves de Souza, presidente do Diretorio Nacional do Instituto Panamericano de Engenharia de Minas e Geologia, expondo a necessidade da realização no Rio de Janeiro, em outubro de 1945, do II Congresso Panamericano de Engenharia de Minas e Geologia.

O Conselho resolveu aprovar a exposição e submetê-la à consideração do ministro-presidente, com projeto de expediente ao Presidente da República, pedindo a autorização a realização do Congresso, em outubro de 1945; a inclusão, na lei orçamentária do ano próximo, da importância de Cr\$ 2.000.000,00, para ocorrer às respectivas despesas e a designação do engenheiro Aníbal Alves Bastos, para um entendimento direto com os elementos autorizados sobre a realização desse certame.

## Aguardado em São Paulo o embaixador Jean Désy

SAO PAULO, 2 (Press Parça) — Afim de instalar o Comitê Brasileiro Canadense, chegará a esta capital no dia 7 do corrente, o sr. Jean Désy, embaixador do Canadá no Rio de Janeiro, e consagrado escritor e poeta.

bombardeiros desfecharam um ataque contra os baluartes inimigos da Renânia, no decorrer do qual foram abatidos quatro aparelhos alemães que tentaram interceptar esta operação. Oito dos nossos aparelhos deixaram de regressar às suas bases. Durante a noite de ontem, formações de bombardeiros levaram a efeito um ataque contra o centro ferroviário e depósitos de suprimentos de Karlsruhe.

## Sem recursos e com três filhos menores

A pobre mulher encontra-se com seus 3 filhos menores na mais angustiada situação. Mora por favor na casa de uma pessoa sua conhecida, que a intimou a mudar-se, por precisar do miserável cômodo que ocupa. Maria Meneses — é esse o seu nome — é viúva, e reside por favor, em casa de uma pessoa sua conhecida, em 33, em Vicente de Carvalho, José ela um apelo aos caridosos, por nosso intermédio, no sentido de socorrerem-na com alguns donativos, afim de poder alimentarem seus filhos de tenra idade. As esmólas poderão ser enviadas para a nossa redação.

## Pedidos de "habeas-corpus"

Deram entrada no Supremo Tribunal Militar, procedentes de diversos Estados, os pedidos de "habeas-corpus" impetrados a favor dos seguintes pacientes: José Fernandes de Melo, José dos Reis Laranjeira, Santilho Juliano, Samuel Freitas Santos, Luiz Rozariz, Osvaldo Ramos, Dante Desvizi, Walter Monteiro, Vicente Martins, Antonio José Venêlo, Geraldo Alves, Sebastião Ribeiro, Angelo Paladini, Antonio Gonçalves Pereira, Rul Rodrigues, Antonio Melo Cabral e outros, Romeu Quinto, Vitor de Carvalho, Vitor Pires da Silva, Julio Apolinário, João Gomes Filho, Almeida, José H. Gerninal Garcia da Silva, Waldemar Pergine, Manoel Gomes da Silva, Teotônio Luiz Antunes, José Garcia do Amaral, Manoel Rosa, Luiz Farias Costa, Ubiratan Gomes, Joaquim de Moraes, Altamiro Pinto de Almeida, José Bernardino da Silva, Hélio Bento da Silva, João Sanches Nerlos, Hélio Borges Martins, Augusto Hartwing e outros e José Fernandes Jarvim. Esses pedidos já foram distribuídos pelo general presidente aos ministros que os deverão relatar, sob a presidência de D. D. Meira.

Essa reunião será realizada em homenagem à memória de Clóvis Bevilacqua, que também foi discípulo daquele prestigioso educador.

Antes da reunião, será rezada missa solene, às oito horas, em intenção de todos os antigos alunos, vivos ou mortos, e especialmente, daqueles que se encontram na Itália, integrando a Fôrea Expedicionária Brasileira, agora combatendo em luta contra o nazismo.

Como das vezes anteriores, a reunião terá lugar na sala de conferências do Mosteiro, sob a presidência de D. D. Meira.

Atacadas as Kurilas e Volcano

WASHINGTON, 2 (A. P.) — O Departamento de Marinha anuncia que aviões de bombardeio, com bases em terra, desferiram novos ataques a Paramushiro, nas Kurilas do Norte, e a Iwo Jima, nas Ilhas Volcano, quarta-feira e quinta-feira passada. O comunicado expedido a esse respeito diz que os "Libertadores" da 7.ª Força Aérea do Exército lançaram 57 toneladas e meia bomba sobre as Kurilas, atingindo a ilha de Iwo e várias instalações. Outros golpes foram também desferidos contra as Ilhas Iwo, as Marias, a ilha de Wake e as Marias.

## Chegam ao Recife 460 volumes de mercadorias

RECIFE, 2 (Serviço especial de A. NOITE) — A diretoria das Douanhas e Obras do Porto de Recife, em nota à imprensa, divulga que foram descarregadas do vapor "Farrapos", com índices de violação ou furto, 460 volumes, passando 24.903 quilos. Ficou demonstrado que tais violações não ocorreram neste porto.

## Associação dos Antigos Alunos do Ginásio de São Bento

Realiza-se hoje, domingo, às nove horas, mais uma reunião — a última de 1944 — da Associação dos Antigos Alunos do Ginásio de São Bento.

Essa reunião será realizada em homenagem à memória de Clóvis Bevilacqua, que também foi discípulo daquele prestigioso educador.

Antes da reunião, será rezada missa solene, às oito horas, em intenção de todos os antigos alunos, vivos ou mortos, e especialmente, daqueles que se encontram na Itália, integrando a Fôrea Expedicionária Brasileira, agora combatendo em luta contra o nazismo.

Como das vezes anteriores, a reunião terá lugar na sala de conferências do Mosteiro, sob a presidência de D. D. Meira.

Atacadas as Kurilas e Volcano

WASHINGTON, 2 (A. P.) — O Departamento de Marinha anuncia que aviões de bombardeio, com bases em terra, desferiram novos ataques a Paramushiro, nas Kurilas do Norte, e a Iwo Jima, nas Ilhas Volcano, quarta-feira e quinta-feira passada. O comunicado expedido a esse respeito diz que os "Libertadores" da 7.ª Força Aérea do Exército lançaram 57 toneladas e meia bomba sobre as Kurilas, atingindo a ilha de Iwo e várias instalações. Outros golpes foram também desferidos contra as Ilhas Iwo, as Marias, a ilha de Wake e as Marias.

Atacadas as Kurilas e Volcano

WASHINGTON, 2 (A. P.) — O Departamento de Marinha anuncia que aviões de bombardeio, com bases em terra, desferiram novos ataques a Paramushiro, nas Kurilas do Norte, e a Iwo Jima, nas Ilhas Volcano, quarta-feira e quinta-feira passada. O comunicado expedido a esse respeito diz que os "Libertadores" da 7.ª Força Aérea do Exército lançaram 57 toneladas e meia bomba sobre as Kurilas, atingindo a ilha de Iwo e várias instalações. Outros golpes foram também desferidos contra as Ilhas Iwo, as Marias, a ilha de Wake e as Marias.

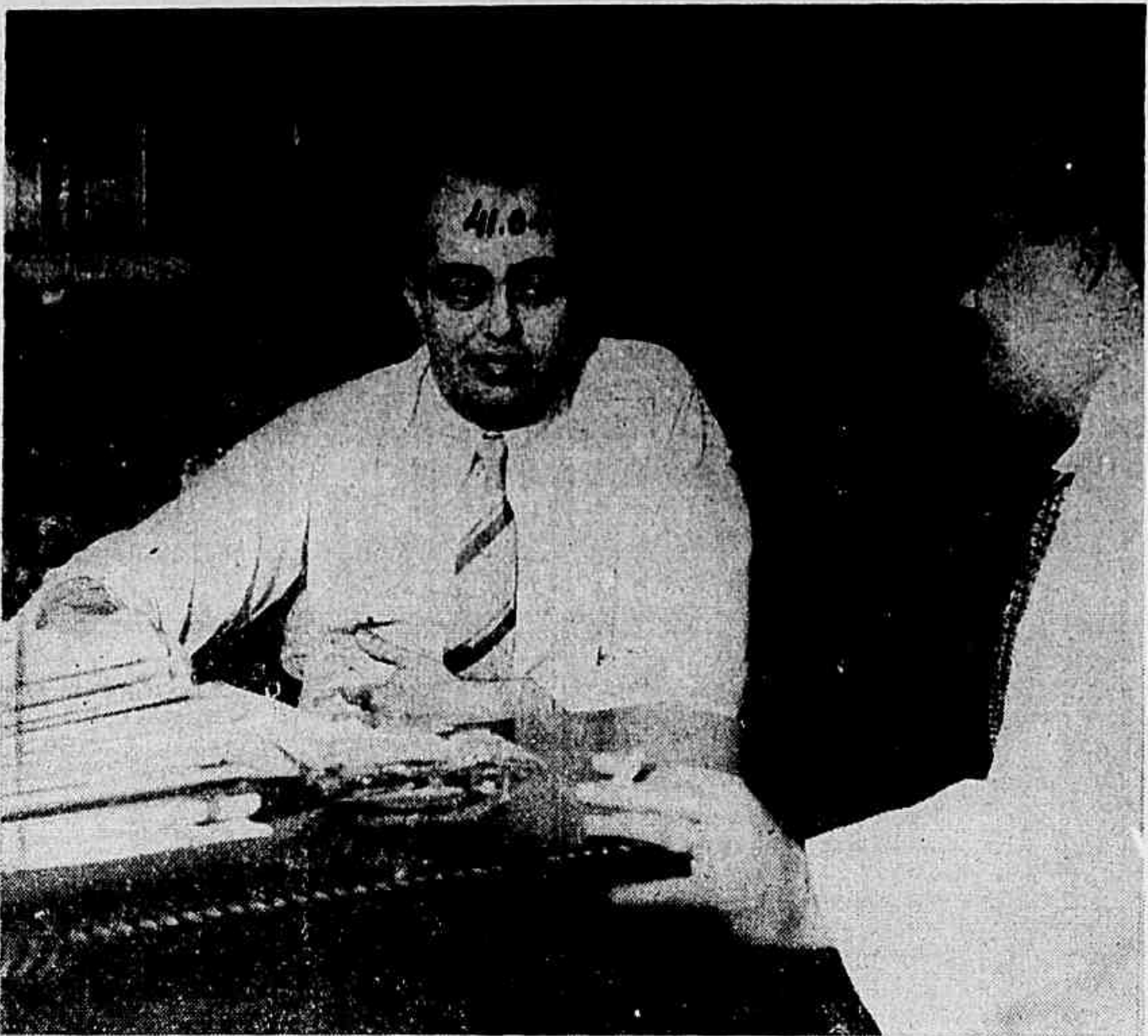
Atacadas as Kurilas e Volcano

WASHINGTON, 2 (A. P.) — O Departamento de Marinha anuncia que aviões de bombardeio, com bases em terra, desferiram novos ataques a Paramushiro, nas Kurilas do Norte, e a Iwo Jima, nas Ilhas Volcano, quarta-feira e quinta-feira passada. O comunicado expedido a esse respeito diz que os "Libertadores" da 7.ª Força Aérea do Exército lançaram 57 toneladas e meia bomba sobre as Kurilas, atingindo a ilha de Iwo e várias instalações. Outros golpes foram também desferidos contra as Ilhas Iwo, as Marias, a ilha de



# A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA NO GIGANTESCO SURTO IMOBILIÁRIO DO RIO

Fala a A NOITE José Mendes de Figueiredo, fundador e diretor da maior organização imobiliária da América Latina — Cinco milhões invertidos em propaganda proporcionaram a Mendes Figueiredo vendas que ultrapassam quatrocentos milhões de cruzes — A expressão NÃO PAGUE ALUGUEL tomou conta da cidade, porque ela encerra uma aspiração profunda de todos os cariocas, cansados de multiplicarem as rendas de senhorios vorazes e insaciáveis — Os imóveis continuaram subindo sempre de preço, mesmo no após-guerra, numa escala, ascensional de valorização jamais imaginada



José Mendes Figueiredo falando a A NOITE

O extraordinário surto imobiliário do Rio nos últimos anos tem sido motivo para que pesquisadores econômicos e observadores em geral procurem explicar as suas causas, as suas verdadeiras origens. Alguns dizem e atribuem ao desenvolvimento da guerra esse vertiginoso progresso no setor até então pouco explorado de atividade comercial. Mas o fato já se tornou realmente claro para os que não se deixam influenciar pelas aparências: o Rio de Janeiro é uma cidade em que a escassez de moradias residenciais foi aumentando pouco a pouco, em proporção com o seu remodelamento urbanístico que originou, por sua vez, um número cada vez maior de construções de demolições. O imóvel não é um "artigo" como tantos outros sujeitos às oscilações volúveis do estado de guerra. Sua valorização decorre, pura e simplesmente, da natural evolução dos preços que vai se emparelhando com as maiores do mundo, e, conseqüentemente, atinge maior densidade de população.

Existe porém um fator ainda pouco examinado por parte da maioria desses observadores superficiais: o surto imobiliário, aliado ao crescimento da população nos últimos tempos, em consequência de uma publicidade bem dirigida. Até bem pouco tempo ninguém anunciava a venda de imóveis; os negócios, em geral, se realizavam subterraneamente, através de anúncios escritos que até então se faziam, longe de contribuir para a promoção de suas vendas, como que os despretigiavam aos olhos dos compradores...

O deflagrar da guerra ocasionando esse cortejo de aprovações criou, é bem verdade, ambiente propício aos grandes negócios, em virtude da facilidade de movimentação de capitais quase que estagnados com a paralisação momentânea de mercados até então secos e prósperos. Mas, se se quer ver bem o origem desse extraordinário desenvolvimento imobiliário que ocorreu no Rio nos últimos anos, é claro que se descobrirá logo que a publicidade de muito concorreu para isso.

O repórter pensando nessas coisas resolveu ouvir a opinião de um corretor de imóveis que tenha acreditado no êxito da propaganda. E nenhum outro nome poderia lhe ocorrer senão o de José Mendes Figueiredo, que, sem dúvida nenhuma, é uma publicidade imobiliária no Rio. O nome de Mendes Figueiredo é hoje, tradicional da cidade. Há poucos anos Mendes Figueiredo apareceu no mercado imobiliário do Rio. Mas, pouco a pouco, através de uma publicidade corajosa e bem orientada, Mendes Figueiredo tomou de assalto a população carioca, utilizando uma arma verdadeiramente invencível que é o bom "slogan".

"Não pague aluguel!" — essa foi a expressão que abriu o caminho dos negócios imobiliários de José Mendes Figueiredo, que até então desenvolvia suas atividades como inspetor de grandes companhias, recorrendo ao extremo e raro descortínio, às incertas possibilidades que se abriam àqueles que pudessem facilitar a casa própria aos seus habitantes, sob o sistema de endividamento. Por isso, o seu "slogan" tomou de assalto a cidade, enfiando todas as rendas e influências.

Pode-se dizer mesmo, sem exagero, que Mendes Figueiredo se incorporou à história da cidade maravilhosa, porque ele é em verdade um fenômeno, um homem que viveu em seu tempo, que não se limitou a viver nos horizontes. Mendes Figueiredo possui a mesma fibra poderosa de um Francisco Serrador, que soube lutar contra todas as influências dos três capitais — o dinheiro, o poder e a fama — e não se deixou vencer pelo desenvolvimento do Rio.

Há pouco menos de vinte anos, Francisco Serrador, previu o gigantesco surto imobiliário da cidade. Resolveu deslocar o movimento do centro da cidade para um bairro deserto, num extremo da Avenida, onde só existiam ruínas e trevas. Todos diziam que Serrador era um louco. Os capitalistas fugiam dele assombrados com a sua audácia. Mas ele não desaleceu. E batallhando sempre no seu front de trabalho, Serrador chegou a prever os desastres que um metro de terra no extremo devotado da Avenida decuplicaria de preço em tempo razoavelmente curto. E isto se realizou. Daí a identidade que existe entre Francisco Serrador, o criador da Cinelândia, e Mendes Figueiredo, o pioneiro da propaganda imobiliária.

O repórter dirigiu aos escritores de Mendes Figueiredo, logo uma jovem o atendeu prontamente:

— É assunto de propaganda? Se é, tenha a bondade de esperar, que o Sr. Mendes atende logo.

O repórter sorriu, porque não esperava por essa amável acolhida: a propaganda no Brasil até então tem sido relegada a um plano secundário pela maioria dos comerciantes de mentalidade ainda rudimentar. Por isso, foi com alegria que estreitou a mão e Mendes Figueiredo. Um momento depois estavam confortavelmente instalados no seu gabinete de trabalho, diante de enormes cartazes de propaganda, que gritavam: "Não pague aluguel!". Explicamos a Mendes Figueiredo o motivo da nossa visita. E ele, sem vacilação, com uma irradiante simplicidade e jovialidade, foi logo nos dizendo:

— Devo em grande parte o êxito dos meus negócios à minha publicidade. Sempre fui daqueles que acreditam que o segredo dos grandes negócios está na propaganda continua e bem orientada. Desde o primeiro dia em que abri o meu escritório de venda de imóveis, que fiz da propaganda o meu melhor auxiliar, o meu melhor e mais eficiente. O anúncio entra em toda a parte. Ele convence sempre. Mas o público só se sente anunciado quando nunca se sentiu lesado por ele. Por isso tive o cuidado de não anunciar aquilo que eu poderia chamar. A expressão "não pague aluguel!" tomou conta da cidade, porque ela encerra uma aspiração profunda de todos os cariocas, cansados de multiplicarem as rendas de senhorios vorazes e insaciáveis...

— Pode dizer aos leitores de A NOITE quanto o senhor dispôs em propaganda nos últimos quatro anos?

Mendes Figueiredo sorri e respondeu:

— Não dispensei um centavo sequer. Inverti apenas dinheiro num negócio que repete seguramente: publicidade. Tenho obtido resultados realmente compensadores. De 1940 para cá, aplicamos em propaganda aproximadamente cinco milhões de cruzes.

E como o repórter ficasse espantado com esse volume, Mendes Figueiredo explicou:

— Mas é necessário que se saiba que essa publicidade me possibilitou realizar transações imobiliárias que atingiram nesse mesmo espaço de tempo a cerca de quatrocentos milhões de cruzes.

— E como tem utilizado a propaganda?

— De todas as formas possíveis. Sou de opinião que a propaganda não pode ser eficiente sem prévia condenação de todos os seus vícios. Uma campanha de propaganda deve ser feita com planos estratégicos, porque é uma verdadeira invasão. Utilizo o jornal, o rádio e a cartaz numa conjugação que me elonou resultados imediatos. O agente de propaganda sempre interveio no melhor da mi-

lha atenção. Poderia mesmo parafrazeir Henri Ford, dizendo: "Devo os meus milhões aos meus agentes de propaganda".

— Pode dizer alguma coisa sobre sua publicidade radiofônica?

— Considero o rádio um veículo indispensável ao êxito de qualquer publicidade. Gosto do texto curto, do texto relâmpago que o público ouve sem cansaço. Também considero altamente eficiente os bons programas que em parte são uma retribuição de nossa parte à preferência dos nossos clientes. Tenho utilizado quase todas as emissoras nacionais para divulgação do meu "slogan". Para mim, o rádio é uma arma poderosa, uma arma que quando detonada, atinge a milhões de alvos distantes. A minha frase "não pague aluguel!" por isso mesmo alcançou todo o Brasil. Estou contente com os resultados das minhas campanhas.

O repórter aproveitou o ensejo e diz:

— Existe no momento uma certa desconfiança em relação aos negócios imobiliários, uma espécie de retração ou de especulação geral.

Mendes Figueiredo interrompeu:

— É uma consequência natural do momento. Desde o dia da invasão das forças libertadoras ao continente europeu com a espec-

lativa da próxima vitória anunciada pelos primeiros e espetaculares sucessos, houve de fato uma diminuição nos negócios. Mas essa diminuição não atingiu apenas o setor imobiliário, porque decorreu também da extinção das operações de redescoberta e movimentação de capitais, para exportação.

— Acredita que no após-guerra o imóvel possa se desvalorizar?

— Absolutamente não. Chego mesmo a dizer que penso inteiramente ao contrário: o imóvel tende sempre a se valorizar, porque uma casa ou um apartamento, realiza um negócio que só lhe pode proporcionar magníficos resultados para um futuro não muito remoto. Aliás, diga-se de passagem, um movimento intenso já se faz sentir de novo com tendência para aumentar sempre. Esse restabelecimento de negócios far-se-á gradativamente à medida que o público vá se libertando da situação atual. Desatrelando de seu desenvolvimento os rumos da política econômica do após-guerra, os candidatos atualmente em expectativa aglomerar-se-ão com suas propostas de compra, na expectativa de recuperação do estágio perdido. E

estão habituados a ver o presidente cruzar, de avião, os nossos céus, para conhecer o Brasil, de norte a sul e de leste a oeste, e a necessidade mais prementes para remediá-las ou, mesmo extingui-las.

Assim, V. Excia., realizando um extenso e profundo programa, indicamos a marcha para o oeste, ou seja, para o desenvolvimento das Amazonas, e fomenta a indústria siderúrgica, arma o nosso Exército, a nossa Marinha e as nossas Forças de Ar, e, no momento em que a pátria perigosa e o povo clamam pela guerra, V. Excia., com firmeza e serenidade, faz intervir na luta o poderio militar do Brasil.

Reconhecendo, porém, que o desenvolvimento material da Nação, quando não é acompanhado de uma correspondente desenvolvimento espiritual, de pouco serve, soube V. Excia., compreender a necessidade da função da Faculdade Nacional de Filosofia com os seus dois encargos principais: o de formar professores para o ensino secundário e o de ministração conhecimentos especializados.

Hoje V. Excia., vem visitar esta Faculdade, vem vê-la num de seus dias comuns de trabalho, em época de provas parciais e de exames orais. Percebendo que tem diante de si quem lhe pode valer, ela vai mostrar-se a V. Excia., com "a nudez forte da verdade" e sem "o manto diáfano da fantasia".

V. Excia., verá que ela aspira a realizar o conselho do atorismo "mens sana in corpore sano", mas, se o seu intelecto é perfeito, o seu corpo está dividido em duas partes, bem separadas entre si: uma, neste local; a outra, em um outro local. E a primeira se exerce no poder na exibição de seus poderes. V. Excia., não lhe levará a mal porque logo a reprimenda do seu impulso irrefletido, ela rogou a V. Excia.:

— Senhor! Digne-se de descurar que mostre o esforço e a fúria das quem lhes pode sanar."

Digne-se V. Excia., Sr. presidente, percorrer os edifícios em que trabalhamos. Todos nós estamos confiantes; todos nós temos nas mãos a V. Excia., não podemos prever em que, nem de que modo, mas todos estamos certos de que, desta visita de V. Excia., resultará o que quer coisa de muito bom para a Faculdade Nacional de Filosofia.

Sr. presidente! A Faculdade Nacional de Filosofia tem a honra de apresentar a V. Excia., o homemagem do seu respeito e da sua admiração.

facil comprar isso pela repercussão que tem no mercado os acontecimentos políticos da guerra. Há visto o movimento que se constatou logo após a reeleição do grande presidente Roosevelt: a confiança que inspira este acontecimento influiu decisivamente no ânimo dos que cogitam aplicação segura dos seus capitais. A tendência é a de investir para maior intensidade de negócios imobiliários. Estamos já em plena fase nova de grandes empreendimentos, sem a nevoa de pessimismo que há pouco chegara a nos cobrir. Há uma famosa música sinfônica ou coral, que trata do movimento imobiliário do Rio. Devemos considerar que o após-guerra implicará na valorização rápida dos imóveis nesta capital, em virtude da natural convergência de imigrantes que temos. Os Estados Unidos construíram centenas de edifícios para satisfazerem as necessidades imperiosas da guerra. No Brasil mesmo já podemos constatar que o governo prevê esta enorme afiliação migratória já está tomando providências salutares, concedendo favores especiais para construção de grandes hotéis, etc. Afirma categoricamente que o problema de acomodações residenciais no Rio se tornará ainda maior depois da guerra. Por isso, adquirir um imóvel hoje é realizar um negócio seguro e lucrativo. Nunca é demais lembrar também que o programa urbanístico da capital ocasionando demolições em massa só tende a valorizar cada vez mais os terrenos no centro. Como é possível esperar baixa de preços de casas e edifícios quando os terrenos não podem, em hipótese alguma, baratear? Depois, devemos lembrar que estamos no princípio dessas grandes transformações na fisionomia da cidade: assim, os imóveis iniciam apenas a sua escala ascensional de valorização. Nas avenidas estão projetadas "uma a horizontal e diagonal", e a última abrangendo um vasto plano que inclui a demolição do muro de S. Antonio. Tão grandes empreendimentos anunciam-se dúvida alguma uma verdadeira revolução. Os cenários de edifícios que liderarão essas avenidas, tais como as que já estão sendo construídas na Av. Presidente Vargas alcançarão a maior valorização jamais vista no Brasil, atingindo evidentemente, as áreas residenciais.

O movimento é cada vez maior nos grandes escritórios onde funcionam as organizações imobiliárias de Mendes Figueiredo. A todo instante chega um novo comprador, e o movimento de negócios é de enorme otimismo e uma confiança absoluta de êxito envolve a todos.

Mendes Figueiredo estreitando-lhe a mão, disse-lhe então:

— Não se deixe enganar pelo soldado com as grandes comemorações que se realizam amanhã em toda a América pelo transcurso da data da propaganda. E aproveite o ensejo para formular a todos os brasileiros que formularem os seus melhores votos para o ano que se aproxima. O fim da guerra que se aproxima com a vitória das Nações Unidas possibilitará a todos os brasileiros a realização de seus sonhos e a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

## NATAL 1944

Faça do Livro o Presente de sua Redenção

INCANDESCÊNCIAS DE LUZ PRÓPRIAS PARA PRESENTES

GRANDE EXPOSIÇÃO NA

LIVRARIA CIVILIZAÇÃO BRASILEIRA

OUVIDOR, 94

## Cbra monumental : - o Palácio das Artes

(Títulos principais no 1.º pág.)

Tivermos ocasião de focalizar, em nossa edição de ontem, a real importância da iniciativa da construção, no Largo da Lapa, do "Palácio das Artes", e que se deve ao Governo da República e à Prefeitura do Distrito Federal.

É uma velha aspiração carioca que se tornará em breve realidade. Há muito que se fazia sentir no Rio a falta de um vasto auditório para a música erudita. O tempo sempre crescente da nossa famosa música sinfônica ou coral, exigia um âmbito adequado. No Municipal eram frequentes e sucessivas as enchentes, toda a vez que ali se faziam ouvir conjuntos orquestrais, como da O. S. B. e do Teatro Municipal, sob a batuta de Kleiber.

São dois os auditórios a construir, um com capacidade para 6.000 pessoas e outro para 2.000.

Dois grandes auditórios

Ponto de partida para o Palácio das Artes, estão localizados no primeiro andar (terreo) e ocuparão a altura de cinco andares, sendo os dois com o máximo rigor das leis da acústica, apresentando todo o conforto e visibilidade. O auditório Getúlio Vargas, que terá seis mil lugares, poderá, segundo o projeto, ser reduzido por meio de dispositivos especiais, conforme as necessidades, em dois ou três salões. Tudo será previsto para que as condições acústicas sejam perfeitas. A experiência norte-americana, já aplicada na Rádio City com o mais completo êxito, será trazida para o Brasil, colocando a nossa Capital em posição de dar ao artista mais exigente e ao público as condições ideais para exibição e apreciação.

Condução direta para o edifício

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar térreo ainda haverá, possivelmente, uma sala com capacidade para 600 pessoas, onde a

Na parte térrea serão construídas lojas para o comércio de luxo e os dois auditórios em questão, os quais serão denominados, respectivamente, Getúlio Vargas e Henrique Doderwirth. Nos andares que melhor convier, se procurará localizar um "Travellers" Hotel, que constitua uma das grandes necessidades do Rio de Janeiro. A localização será ideal, pois que a construção da nova avenida — a Diagonal — tanto os trens, como os aviões e navios ficam com a condução quase direta para esse grande edifício. A questão de escomento do público também tende a ser resolvida, pois a localização do majestoso edifício no Largo da Lapa, pois com as obras realizadas pela Prefeitura do Distrito Federal para alargamento das nossas ruas e avenidas, aquele local ficará muito mais acessível. Será explorado vários pontos de acesso para todos os pontos e zonas da cidade. No andar tér



## PARA O SEU USO e satisfação...



**Modas**  
R. URUGUAYANA, 29.

## O "mercado negro" de Caxias

(Clicê na 1ª página)

O caso começou há alguns meses. Duque de Caxias, ou simplesmente Caxias, velha localidade fluminense, sofreu grande alteração em seu cenário, principalmente pela mudança. Da sua vida antiga, pacata e silenciosa, só ficou a lembrança. E desde então os trens e ônibus que para ali se dirigem passaram a despistar passageiros em quantidade em Caxias. Mal apasavam, os passageiros espalhavam-se pela cidadezinha, falando, gesturando e muitos até correndo. Que havia de extraordinário em Caxias?

Do mesmo tempo, as queixas se acumulavam na delegacia local. Uns iam dizer que um "aquecimento" da Avenida Nilo Peçanha permitia um morador local, para ceder a carne a um estrangeiro, outros que determinava isso, só se via estrangeiros de lá. A manobra, outros falavam em carne, etc.

A polícia entrou então a investigar. E veio a saber a razão da grande movimentação. Diariamente mais de 1.200 pessoas iam a Caxias fazer compras. E ali chegadas, misturavam-se com os moradores locais, entrando na fila, muitas vezes pagando a outros o preço em dobro, e ali mesmo mais. Quase todos que vinham da cidade ofereciam, assim, vantagens excepcionais aos compradores, e também a desocupados, que formavam na "fila" com o único intuito de receber propinas. Isto foi motivo para numerosos atos, que se terminaram com a adoção de certas providências: a formação de duas filas. Uma a do "Distrito Federal" e a outra do "Est. do Rio", isto é, dos moradores locais. Os moradores de Caxias, contudo, não vieram com bons olhos a fila dos "caricatos", pois, quando acontecia faltar carne, atribuíam a culpa aos novos frequentes.

**Situação insuportável**  
Por causa disso, a situação voltou a agravar-se. Segundo alegaram a reportagem, contribuiu para o mal estar os próprios aquecimentos, que, por serem feitos em condições precárias, não ofereciam a qualidade de carne necessária para a alimentação. Além disso, a situação, ao mesmo tempo, não oferecia a qualidade de carne necessária para a alimentação. Além disso, a situação, ao mesmo tempo, não oferecia a qualidade de carne necessária para a alimentação.

**Conflitos**  
Na manhã de ontem, Caxias estava movimentadíssima. Os cafés cheios de frequentes e enormes filas: talvez as maiores já vistas, ali ocupavam todas as redondezas dos edifícios. Em uma delas, um policial encarregado da manutenção da ordem permitiu a calma e começou a espanar o povo. É ele um "comissário" da localidade de Lafayette onde também exerce as funções de barbeiro. Diante da arbitrariedade, estabeleceu-se o tumulto. Duas pessoas ficaram feridas. Uma senhora, de nome Maria Barbosa, e um rapaz José Bruno da Silva.

Se não fosse a intervenção do investigador Rafael, que serve na delegacia da capital fluminense, as consequências teriam sido lamentáveis. Rafael prendeu o "comissário" arbitrário e o conduziu à delegacia local, evitando, assim, o seu linchamento.

**Abate clandestino**  
Ao lado dessas ocorrências, facilmente se maior gravidade, há, porém, outros casos que exigem imediata intervenção das autoridades. Foi o que apurou a reportagem, visitando Caxias. Não se trata apenas de "aquecimento negro", mas do abate clandestino do gado. Aliás, a polícia já descobriu, em Vila Merit, um matadouro clandestino.

Funcionava em plena estrada do Guanhim, abastecendo de carne a trinta cabanos por noite, da maneira mais primitiva. Toda essa carne era vendida no "mercado negro", conduzida no automóvel nº 16.917, uma Lincoln adaptada em carro de transporte, que a levava a vários lugares. Geralmente, concentrava-se matança com um grande fardo, outras vezes até com fardo e meio boi.

**O flagrante**  
Sob o comando do subdelegado Paulo Borel de Souza e seu adjunto Flávio Martins, foi feita uma operação de fiscalização. Entrando pela estrada de Severino Cardoso, depois de andar cerca de trezentos metros, chegaram a um pequeno estabelecimento. Alguns animais se debatia em agonia, enquanto outros

## Ocupação a cidade alberto

Em meio à violenta oposição inimiga — Monte Gicrreto capturado pelo 5.º Exército — Retirada alemã para impedir o cerco de suas tropas em operação de flanco

ROMA, 2 (A. P.). — Combatendo através de violenta oposição inimiga, forças italianas do 5.º Exército capturaram a cidade de Alberto, a 30 quilômetros a noroeste de Fianza enquanto que outras tropas do 5.º Exército Americano se apoderavam do Monte Gicrreto, a 15 quilômetros a sudeste de Fianza após violentíssimas combates.

A retirada inimiga do monte Gicrreto parece fazer parte da estratégia aliada que, em face da pressão aliada, são obrigados a recuar suas linhas a noroeste de Fianza, a fim de impedir que suas forças sejam cercadas pelas tropas aliadas, em operação de flanco.

**CONTINUA O AVANÇO**  
O G. Aliado no Mediterrâneo, 2 (De Astley Hawkins, correspondente especial da Reuters). — Sobrepulando a resistência encarnizada das forças alemãs, os tanques e a infantaria do VIII Exército continuam a avançar, embora lentamente, na direção do nordeste de Fianza. A cidade-pivô de Fianza está completamente cercada e unidades aliadas avançadas já penetram em suas aréas.

Bombardieiros ligeros da Força Aérea Tática, com base na Itália, estão agora efetuando pesados ataques ao Passo de Brenner. Ontem, uma reentrada no Passo, foi rompida e ali causou grande dano às linhas de comunicação inimigas no vale do rio central na rota do Passo de Brenner, por meio de um concentrado ataque efetuado por cinco e seis bombardeiros. Notícias incompletas anunciaram que pelo menos seis pontes foram destruídas e algumas estradas, que as linhas férreas foram cortadas em mais de cinquenta lugares, além de muitos outros danos.

**O COMUNICADO ALIADO**  
ROMA, 2 (A. P.). — O comunicado do texto do comunicado aliado de hoje:

"As tropas do 8.º Exército realizaram novos progressos entre os rios Lamone e Monfione, e quanto as unidades aliadas atacaram a cidade de Alberto, e destruíram a cidade de Alberto."

**A proclamação de Leclerc**  
E a advertência do Supremo Comando Aliado

PARIS, 2 (U. P.). — O Supremo Comando Aliado anunciou hoje que o Alto-Comando aliado de Leclerc em Strasbourg, segundo a qual, mandaria fuzilar 25 soldados alemães para cada um soldado francês morto pelos franceses, o que fez com que o Alto-Comando aliado de Leclerc, abandonou Strasbourg.

Ao mesmo, anunciou que o general Leclerc emitiu a referida proclamação sem o reconhecimento do general De Gaulle, comandante do Grupo de Exército aliado, ao qual pertence a divisão de Leclerc.

**Fiança de casa para os segurados do I. A. P. C.**  
(Clicê na 1ª página)

Cumprindo as disposições do decreto-lei nº 1.308, de maio de 1939 e de acordo com as instruções baixadas pelo ministro Marcondes Filho, titular do Trabalho, o Instituto de Aposentadoria e Pensões dos Comerciantes inaugurou o serviço de fiança para garantia do aluguel da casa dos seus segurados e servidores.

Essa iniciativa do I. A. P. C. visa solucionar um dos problemas do pequeno comércio, qual seja o de conseguir fiança ou flador para a casa que deseja habitar. Assim, o I. A. P. C., dentro do programa que estabelece a garantia de condições de habitação dos trabalhadores, leva a termo mais um importante passo nesse sentido. Afim de conhecer todos os detalhes da medida posta em prática, procuramos ouvir o opinião do Sr. Nelson Fernandes, presidente da Associação dos Comerciantes de Fiança, que nos explicou a importância da medida.

**A campanha da habitação**  
Recebidos por S. S., dissemos o motivo de nossa visita. prontamente, o presidente do I. A. P. C. iniciou sua palestra com as seguintes palavras:

"O I. A. P. C., obedecendo à palavra de ordem do presidente da República, de encampar a campanha da habitação para os trabalhadores, tendo para isto, em execução o plano de construir 12.000 casas nas diversas regiões do país. Como parte desse plano, o I. A. P. C. criou o serviço de fiança para alugar a casa dos segurados e servidores do Instituto. Para a concessão da fiança é necessário que o segurado conte menos de 60 anos de idade e tenha, no mínimo, 18 meses de contribuição, não podendo também o aluguel exceder de 30% do respectivo salário. Se o empregado não tiver estabilidade é necessário, ainda, que o empregado tenha média das suas contribuições superior ao triplo do aluguel mensal."

O Sr. Nelson Fernandes explicou depois ao jornalista as vantagens que tem essa fiança de aluguel, com o acréscimo da taxa de 1% para despesas de execução. Se o imóvel não oferece condições de higiene e segurança o Instituto estudará a possibilidade de alugar a casa de sua propriedade. Para a concessão da fiança, acessível a quase totalidade dos segurados do Instituto e acrescenta:

"Concedida a carta de fiança, o aluguel será descontado mensalmente nos salários do segurado, com acréscimo da taxa de 1% para despesas de execução. Se o imóvel não oferece condições de higiene e segurança o Instituto estudará a possibilidade de alugar a casa de sua propriedade. Para a concessão da fiança, acessível a quase totalidade dos segurados do Instituto e acrescenta:

## De Gaulle recebido por Stalin

Continuação da 1ª página

Stalin esta tarde, enquanto o ministro do Exterior Bidault conferenciava com o comissário do Exterior Molotov.

**A RECEPCÃO**  
MOSCOW, 2 (De Eddy Glukov, da Associated Press). — Chegou a capital o general de Gaulle, a fim de conferenciar com o ministro Stalin e outras altas autoridades russas. O general de Gaulle chegou de trem à estação ferroviária Moscou-Kursk, decorada com as bandeiras russa e francesa.

O vício sofreu quarentenas de 2.º grau no frontão, na perna direita e no braço esquerdo, sendo socorrido no Posto Central de Assistência onde retirou-se logo que pensou.

Os bombeiros da Praça da República, sob o comando do tenente Rolando, estiveram no local extinguindo o fogo perigoso. Registrou o fato o 11.º distrito policial. Foram pequenos os materiais causados pelas chamas.

De Gaulle usava casaco de lã e luvas grossas. Acusou o comissário do comissário Molotov, com um vitorioso aperto de mão, e depois cumprimentou as várias pessoas que ali se encontravam, inclusive diplomatas, generais, colonéis e funcionários do Ministério do Exterior. Uma companhia de guarda da guarnição de Moscou apresentou armas ao general de Gaulle, enquanto ele avançava ao longo do tapete vermelho em direção à saída da estação.

Durante a execução da Marcha de Gaulle e Molotov, o general de Gaulle, de Gaulle falou ao microfone: "É uma honra para mim vir a Moscou. Trago-vos a homenagem da França. Vim como colaborador na vitória final e na paz para o bem de todos os povos."

Entre os enviados latino-americanos que cumprimentaram de Gaulle, encontravam-se o ministro colombiano Emilio Fraguas. Depois da cerimônia, Molotov conduziu de Gaulle e Molotov para o hotel onde estavam à sua espera. De Gaulle entrou no carro imediatamente, mas Bidault permaneceu para conversar rapidamente com o comissário Molotov antes de entrar no carro. Os membros da delegação revelaram que o general de Gaulle foi homenageado em Stalingrado, recebendo uma placa de ouro, e fez um conveniente discurso diante do túmulo dos heróis de Stalingrado.

**OBJETIVOS DA VISITA**  
MOSCOW, 2 (De Duncan Hooper, correspondente especial da Reuters). — O general Charles de Gaulle, chefe do governo provisório da França, chegou hoje a esta capital, em uma especial, procedente de Baku, via Stalingrado.

Foi ele recebido pelo comissário de Negócios Estrangeiros, Molotov, com o qual permitiu cordiais cumprimentos. A comitiva do general de Gaulle é constituída de dois elementos, inclusive do ministro de Negócios Estrangeiros, francês, Sr. Georges Bidault.

Acreditamos os observadores desta capital que a visita de De Gaulle tenha dois objetivos principais: primeiro, estabelecer relações com os aliados e, segundo, inclusive do ministro de Negócios Estrangeiros, francês, Sr. Georges Bidault.

Como essas considerações, imaginava-se a existência de "mistérios econômicos". Não há, porém, mistério. Não há, nem mesmo, a disparidade de opiniões, que colocaria a população do Rio em posição privilegiada.

Quando ao que seria um "mistério", com o cobrir-se a diferença de preço do produto importado de todo o mundo, compreendemos que o problema não é econômico, mas político de fixação de preços, que se adotou aqui uma situação de preferência, não careciam de importar gêneros. Nos, entretanto, não entendemos a necessidade de importar uma quantidade de carne estrangeira não pequena, até a normalização da produção interna, cobrindo a diferença de preço para o consumo, coisa que, até a Inglaterra, tem feito.

Foi explicada no período imposto pelas circunstâncias, e o povo carioca não suportaria a elevação correspondente ao custo da importação. Tinhamos que importar: era inevitável. O problema não é econômico, mas político de fixação de preços, que se adotou aqui uma situação de preferência, não careciam de importar gêneros. Nos, entretanto, não entendemos a necessidade de importar uma quantidade de carne estrangeira não pequena, até a normalização da produção interna, cobrindo a diferença de preço para o consumo, coisa que, até a Inglaterra, tem feito.

Política, acessível a quase totalidade dos segurados do Instituto e acrescenta:

"Concedida a carta de fiança, o aluguel será descontado mensalmente nos salários do segurado, com acréscimo da taxa de 1% para despesas de execução. Se o imóvel não oferece condições de higiene e segurança o Instituto estudará a possibilidade de alugar a casa de sua propriedade. Para a concessão da fiança, acessível a quase totalidade dos segurados do Instituto e acrescenta:

"Concedida a carta de fiança, o aluguel será descontado mensalmente nos salários do segurado, com acréscimo da taxa de 1% para despesas de execução. Se o imóvel não oferece condições de higiene e segurança o Instituto estudará a possibilidade de alugar a casa de sua propriedade. Para a concessão da fiança, acessível a quase totalidade dos segurados do Instituto e acrescenta:

"Concedida a carta de fiança, o aluguel será descontado mensalmente nos salários do segurado, com acréscimo da taxa de 1% para despesas de execução. Se o imóvel não oferece condições de higiene e segurança o Instituto estudará a possibilidade de alugar a casa de sua propriedade. Para a concessão da fiança, acessível a quase totalidade dos segurados do Instituto e acrescenta:

"Concedida a carta de fiança, o aluguel será descontado mensalmente nos salários do segurado, com acréscimo da taxa de 1% para despesas de execução. Se o imóvel não oferece condições de higiene e segurança o Instituto estudará a possibilidade de alugar a casa de sua propriedade. Para a concessão da fiança, acessível a quase totalidade dos segurados do Instituto e acrescenta:

## SINGER REVISIONADAS

Como novas para coser, bordar e para indústria de todos os tipos e para todos os fins.

PREÇOS REDUZIDOS  
Garantia absoluta

R. Frei Caneca, 153 - Tel. 22-7496

VALENTE, SOARES Ltda.

Queimado no princípio de incêndio

Foi mediado no M. P. S.

Num princípio de incêndio que ocorreu na noite de ontem no depósito de madeiras e materiais, situado na rua Barão de São Felix, 166, ficou queimado o telhado da casa de um senhor, que estava ali armazenando madeiras e materiais.

Os bombeiros da Praça da República, sob o comando do tenente Rolando, estiveram no local extinguindo o fogo perigoso. Registrou o fato o 11.º distrito policial. Foram pequenos os materiais causados pelas chamas.

De Gaulle usava casaco de lã e luvas grossas. Acusou o comissário do comissário Molotov, com um vitorioso aperto de mão, e depois cumprimentou as várias pessoas que ali se encontravam, inclusive diplomatas, generais, colonéis e funcionários do Ministério do Exterior. Uma companhia de guarda da guarnição de Moscou apresentou armas ao general de Gaulle, enquanto ele avançava ao longo do tapete vermelho em direção à saída da estação.

Durante a execução da Marcha de Gaulle e Molotov, o general de Gaulle, de Gaulle falou ao microfone: "É uma honra para mim vir a Moscou. Trago-vos a homenagem da França. Vim como colaborador na vitória final e na paz para o bem de todos os povos."

Entre os enviados latino-americanos que cumprimentaram de Gaulle, encontravam-se o ministro colombiano Emilio Fraguas. Depois da cerimônia, Molotov conduziu de Gaulle e Molotov para o hotel onde estavam à sua espera. De Gaulle entrou no carro imediatamente, mas Bidault permaneceu para conversar rapidamente com o comissário Molotov antes de entrar no carro. Os membros da delegação revelaram que o general de Gaulle foi homenageado em Stalingrado, recebendo uma placa de ouro, e fez um conveniente discurso diante do túmulo dos heróis de Stalingrado.

**A Conferência dos Chanceleres**

Uma explicação do governo uruguaio

MONTEVIDEO, 2 (Por Numa Jimez, da Associated Press). — A Associated Press informou de que o governo do Uruguai entregou aos outros governos americanos uma segunda nota explicando o conteúdo de uma carta enviada ao governo de 24 de novembro último.

A primeira nota uruguaia explicava a situação da Argentina antes da reunião de Consultores de ministros do Exterior americanos, que possivelmente se realizaria em fevereiro vindouro.

Por outro lado, círculos autorizados dizem que o governo dos Estados Unidos pediu ao Uruguai "algumas explicações" a respeito de sua nota de 24 de novembro, em que o Uruguai afirmava a utilidade de ouvir a Argentina, pois a situação do regime de Farrell não oferecia quaisquer modificações desde que os demais governos americanos se recusavam a reconhecer o governo argentino.

Esses mesmos círculos afirmam que os Estados Unidos, "embora não tenham convencido" de que a situação da Argentina se tenha de envolver de modo a justificar uma conferência, admitiram que não se opõem a essa conferência, caso os outros países insistam em realizá-la. Um desses informantes acrescentou mais que alguns governos americanos temem que, ao se ouvir as queixas da Argentina, se criaria um bloco de grupo inimigo, acrescentando, no entanto, que o governo do Uruguai tem a certeza de que tal perigo é hipotético.

Dizem ainda esses círculos que os Estados Unidos superaram que o Uruguai não se oporia à oportunidade de se defender "indicando no entanto, que algumas das qualificações" não seriam aceitas pelo governo da Argentina.

Afirma mais uma dessas fontes que agora cabe à Argentina não perder as oportunidades de se defender, pois o Uruguai não se oporia à oportunidade de se defender "indicando no entanto, que algumas das qualificações" não seriam aceitas pelo governo da Argentina.

Afirma mais uma dessas fontes que agora cabe à Argentina não perder as oportunidades de se defender, pois o Uruguai não se oporia à oportunidade de se defender "indicando no entanto, que algumas das qualificações" não seriam aceitas pelo governo da Argentina.

**Policiamento para a rua Barão de Itapagipe**

A rua Barão de Itapagipe, paralela à de Haddock Lobo, está sendo policiada com um policiamento eficiente, e que os desocupados andam por ali procurando emprego, discutindo em altas vozes, dizendo palavras, a qualquer hora do dia ou da noite.

Além disso os "amigos do alho" de quando em quando fazem sua "visita" às residências de algumas famílias localizadas na região conhecida como "Lagoa", e o resultado do "trabalho" tem sido proveitoso para os assaltantes. Os moradores da referida rua fazem um apelo ao chefe de Polícia, aguardando as providências que possam ser tomadas para os fatos acima expostos.

**Comandante Gaspar Martins**  
(FALECIDO EM BELEM — PARA)

Sua família participa as pessoas de sua amizade a chegada, ontem, de seu querido chefe, seu pai, para a capital do Rio de Janeiro (Caju). Ao mesmo tempo convida para o seu sepultamento, que se realizará hoje, às 17 horas. Antecipadamente agradece.

## JOSE RODRIGUES ALVES

(6.º MES)

Thereza de Araújo Rodrigues Alves, Zizella Rodrigues Alves Ribeiro, Gilberto Rodrigues Alves, filha, Francisco Venâncio de Araújo e filhos e sobrinhos convidam os pais, parentes e amigos a assistirem à missa que, por aim do seu falecido esposo, pai, sogro, avô, genro, cunhado e tio, mandam rezar no altar-mor da igreja da Graça, segunda-feira, dia 4 do corrente, às 10 horas. Desde já agradecem a todos os que comparecerem a este ato de piedade e fé cristã.







# OS ASES DO PEDAL EM DESFILE

## SERÁ REALIZADO HOJE O CIRCUITO DA CIDADE

Ante a expectativa de uma grande festa, a realização do "Circuito da Cidade do Rio de Janeiro", o grande evento de ciclismo da cidade, organizado pelo Clube Suburbano de Ciclismo, será disputado hoje.

É invulgar o interesse dos nossos ciclistas, pela realização do interessante clássico que, em há vários anos reunido ao dos corredores cariocas como dos Estados vizinhos que aqui têm vindo em busca da glória de sagrar-se campeão da empolgante prova.

### O recorde da prova

O recorde da prova é de 2 horas, 9 minutos e 20 segundos e foi estabelecido em 1933 pelo popular corredor Joaquim Peixoto, que em luta com José Marques de Azevedo conseguiu suprá-lo.

### A "camisa amarela"

Em todos os grandes eventos de ciclismo, o vencedor do ano anterior, assim de que o público o distingue, durante a disputa da prova, vestem a "camisa amarela", símbolo dos campeões. Este ano caberá a Peixoto vestir a clássica camisa.

### A partida e chegada

A partida e chegada, a prova serão respectivamente às 14 e 16 horas aproximadamente, tendo como início e final à Praça Mauá.

As inscrições acham-se abertas na sede de todos os Clubes filiados a F.M.C. e serão encerradas imediatamente, hoje, quinta-feira, à tarde.

## A Federação Metropolitana de Natação com seus nadadores

A Federação Metropolitana de Natação, com o concurso de vários elementos amigos, oferecerá, hoje, um pique-nique aos concorrentes das suas provas infanto-juvenis, o qual terá lugar no sítio do Sr. Lafayette Ribeiro, no Alto da Boa Vista, para onde se dirigirão, em bondes especiais.

## A corrida de hoje na Gávea

Será disputado o clássico "Jockey Club Argentino"

Deve constituir, mais um sucesso para o Jockey Club Brasileiro, a reunião desta tarde, para a qual está organizado um programa de oito interessantes páreos.

A carreira central é o clássico "Jockey Club Argentino", em 2.400 metros e dotação de Cr\$ 40.000,00, que contará com a presença dos seguintes: Domínio, Almoré, Fuma e Grilo, todos em ótimas condições de "entrevistamento".

Desde o último vencedor de 1943, os outros, motivo porque os mesmos que não levaram a melhor na peleja, que se nos afigura favorável a Grilo, cuja derrota "performance" frente a Almoré e Apolo foi ótima. Fuma e o grande adversário, o seu piloto conduzi-lo corretamente.

### Montarias prováveis

1.º Páreo: — 1.500 metros — As 13.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

2.º Páreo: — 1.200 metros — As 14.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

3.º Páreo: — 1.400 metros — As 14.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

4.º Páreo: — 1.600 metros — As 15.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

5.º Páreo: — 1.800 metros — As 15.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

6.º Páreo: — 2.000 metros — As 16.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

7.º Páreo: — 2.200 metros — As 16.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

8.º Páreo: — 2.400 metros — As 17.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

9.º Páreo: — 2.600 metros — As 17.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

10.º Páreo: — 2.800 metros — As 18.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

11.º Páreo: — 3.000 metros — As 18.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

12.º Páreo: — 3.200 metros — As 19.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

13.º Páreo: — 3.400 metros — As 19.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

14.º Páreo: — 3.600 metros — As 20.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

15.º Páreo: — 3.800 metros — As 20.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

16.º Páreo: — 4.000 metros — As 21.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

17.º Páreo: — 4.200 metros — As 21.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

18.º Páreo: — 4.400 metros — As 22.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

19.º Páreo: — 4.600 metros — As 22.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

20.º Páreo: — 4.800 metros — As 23.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

21.º Páreo: — 5.000 metros — As 23.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

22.º Páreo: — 5.200 metros — As 24.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

23.º Páreo: — 5.400 metros — As 24.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

24.º Páreo: — 5.600 metros — As 25.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

25.º Páreo: — 5.800 metros — As 25.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

26.º Páreo: — 6.000 metros — As 26.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

27.º Páreo: — 6.200 metros — As 26.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

28.º Páreo: — 6.400 metros — As 27.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

29.º Páreo: — 6.600 metros — As 27.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

30.º Páreo: — 6.800 metros — As 28.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

31.º Páreo: — 7.000 metros — As 28.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

32.º Páreo: — 7.200 metros — As 29.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

33.º Páreo: — 7.400 metros — As 29.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

34.º Páreo: — 7.600 metros — As 30.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

35.º Páreo: — 7.800 metros — As 30.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

36.º Páreo: — 8.000 metros — As 31.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

37.º Páreo: — 8.200 metros — As 31.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

38.º Páreo: — 8.400 metros — As 32.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

39.º Páreo: — 8.600 metros — As 32.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

40.º Páreo: — 8.800 metros — As 33.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

41.º Páreo: — 9.000 metros — As 33.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

42.º Páreo: — 9.200 metros — As 34.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

43.º Páreo: — 9.400 metros — As 34.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

44.º Páreo: — 9.600 metros — As 35.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

45.º Páreo: — 9.800 metros — As 35.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

46.º Páreo: — 10.000 metros — As 36.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

47.º Páreo: — 10.200 metros — As 36.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

48.º Páreo: — 10.400 metros — As 37.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

49.º Páreo: — 10.600 metros — As 37.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

50.º Páreo: — 10.800 metros — As 38.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

51.º Páreo: — 11.000 metros — As 38.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

52.º Páreo: — 11.200 metros — As 39.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

53.º Páreo: — 11.400 metros — As 39.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

54.º Páreo: — 11.600 metros — As 40.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

55.º Páreo: — 11.800 metros — As 40.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

56.º Páreo: — 12.000 metros — As 41.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

57.º Páreo: — 12.200 metros — As 41.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

58.º Páreo: — 12.400 metros — As 42.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

59.º Páreo: — 12.600 metros — As 42.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

60.º Páreo: — 12.800 metros — As 43.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

61.º Páreo: — 13.000 metros — As 43.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

62.º Páreo: — 13.200 metros — As 44.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

63.º Páreo: — 13.400 metros — As 44.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

64.º Páreo: — 13.600 metros — As 45.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

65.º Páreo: — 13.800 metros — As 45.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

66.º Páreo: — 14.000 metros — As 46.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

67.º Páreo: — 14.200 metros — As 46.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

68.º Páreo: — 14.400 metros — As 47.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

69.º Páreo: — 14.600 metros — As 47.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

70.º Páreo: — 14.800 metros — As 48.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

1.º Páreo: — 1.000 metros — As 13.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

2.º Páreo: — 1.200 metros — As 14.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

3.º Páreo: — 1.400 metros — As 14.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

4.º Páreo: — 1.600 metros — As 15.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

5.º Páreo: — 1.800 metros — As 15.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

6.º Páreo: — 2.000 metros — As 16.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

7.º Páreo: — 2.200 metros — As 16.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

8.º Páreo: — 2.400 metros — As 17.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

9.º Páreo: — 2.600 metros — As 17.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

10.º Páreo: — 2.800 metros — As 18.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

11.º Páreo: — 3.000 metros — As 18.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

12.º Páreo: — 3.200 metros — As 19.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

13.º Páreo: — 3.400 metros — As 19.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

14.º Páreo: — 3.600 metros — As 20.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

15.º Páreo: — 3.800 metros — As 20.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

16.º Páreo: — 4.000 metros — As 21.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

17.º Páreo: — 4.200 metros — As 21.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

18.º Páreo: — 4.400 metros — As 22.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

19.º Páreo: — 4.600 metros — As 22.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

20.º Páreo: — 4.800 metros — As 23.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

21.º Páreo: — 5.000 metros — As 23.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

22.º Páreo: — 5.200 metros — As 24.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

23.º Páreo: — 5.400 metros — As 24.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

24.º Páreo: — 5.600 metros — As 25.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

25.º Páreo: — 5.800 metros — As 25.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

26.º Páreo: — 6.000 metros — As 26.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

27.º Páreo: — 6.200 metros — As 26.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

28.º Páreo: — 6.400 metros — As 27.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

29.º Páreo: — 6.600 metros — As 27.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

30.º Páreo: — 6.800 metros — As 28.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

31.º Páreo: — 7.000 metros — As 28.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

32.º Páreo: — 7.200 metros — As 29.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

33.º Páreo: — 7.400 metros — As 29.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

34.º Páreo: — 7.600 metros — As 30.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

35.º Páreo: — 7.800 metros — As 30.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

36.º Páreo: — 8.000 metros — As 31.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

37.º Páreo: — 8.200 metros — As 31.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

38.º Páreo: — 8.400 metros — As 32.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

39.º Páreo: — 8.600 metros — As 32.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

40.º Páreo: — 8.800 metros — As 33.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

41.º Páreo: — 9.000 metros — As 33.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

42.º Páreo: — 9.200 metros — As 34.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

43.º Páreo: — 9.400 metros — As 34.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

44.º Páreo: — 9.600 metros — As 35.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

45.º Páreo: — 9.800 metros — As 35.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

46.º Páreo: — 10.000 metros — As 36.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

47.º Páreo: — 10.200 metros — As 36.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

48.º Páreo: — 10.400 metros — As 37.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

49.º Páreo: — 10.600 metros — As 37.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

50.º Páreo: — 10.800 metros — As 38.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

51.º Páreo: — 11.000 metros — As 38.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

52.º Páreo: — 11.200 metros — As 39.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

53.º Páreo: — 11.400 metros — As 39.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

54.º Páreo: — 11.600 metros — As 40.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

55.º Páreo: — 11.800 metros — As 40.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

56.º Páreo: — 12.000 metros — As 41.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

57.º Páreo: — 12.200 metros — As 41.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

58.º Páreo: — 12.400 metros — As 42.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

59.º Páreo: — 12.600 metros — As 42.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

60.º Páreo: — 12.800 metros — As 43.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

61.º Páreo: — 13.000 metros — As 43.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

62.º Páreo: — 13.200 metros — As 44.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

63.º Páreo: — 13.400 metros — As 44.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

64.º Páreo: — 13.600 metros — As 45.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

65.º Páreo: — 13.800 metros — As 45.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

66.º Páreo: — 14.000 metros — As 46.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

67.º Páreo: — 14.200 metros — As 46.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

68.º Páreo: — 14.400 metros — As 47.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

69.º Páreo: — 14.600 metros — As 47.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

70.º Páreo: — 14.800 metros — As 48.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

71.º Páreo: — 15.000 metros — As 48.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

72.º Páreo: — 15.200 metros — As 49.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

73.º Páreo: — 15.400 metros — As 49.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

74.º Páreo: — 15.600 metros — As 50.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

75.º Páreo: — 15.800 metros — As 50.30 horas — Cr\$ 15.000,00.

76.º Páreo: — 16.000 metros — As 51.00 horas — Cr\$ 15.000,00.

77.º Páreo: — 16.200 metros — As 51.30 horas — Cr\$ 15.000,00.



# A Rádio Nacional transmitirá na palavra do speaker Antonio Cordeiro a peleja Cariocas x Paulistas



Flávio Costa e Luiz Vinhas, ao centro, responsáveis pela seleção. Ca ríoca em altitude de observação. Nos extremos Noronha, Sevilho e Ro mo observando o panorama da Guanabara, enquanto o fotógrafo de A NOITE fixava o instantâneo e Luizinho com Domingos, Ruy, Lima

O Estádio Vasco da Gama viverá hoje à tarde mais uma brilhante fase com a realização da partida inicial do Campeonato Brasileiro de Futebol promovido pela Confederação Brasileira de Desportos.

Os protagonistas são os mesmos das certames anteriores, cariocas e paulistas, expressões máximas, indiscutivelmente, do soccer praticado em gramados nacionais. E como sempre as duas representações se apresen-

## Melhor de quatro

O Campeonato do corrente ano desenvolve-se sob nova regulamentação. Assim é que todos os disputantes têm oportunidade de enfrentar seus adversários duas vezes, uma delas em campo neutro para decidir as eliminató-

## Possibilidades

A capacidade dos dois quadros que se vão apresentar para a grande final é, não há dúvida, muito igual. Os jogadores selecionados entre os clubs paulistas e os

clubes cariocas, constituem valores a respeito dos quais bem pouco se pode dizer a mais do que tem sido largamente comentado. São todos profissionais de indiscutível experiência e que de modo

## Um ataque demolidor que se anuncia modificado

O público já sabe, e particularmente os leitores de

A NOITE através do noticiário da semana que a vanguarda paulista está na iminência de se apresentar modificada. Contusões de certo cuidado em Lima e Luizinho dariam ao quinto uma no-

va figura coletiva o que, na opinião de muitos observadores paulistas, não lhe tiraria a característica de atacante penetrante e goleador.

De resto o ar que se respira na concentração dos

bandeirantes não é menos otimista do que o que envolve os cariocas. Dessa forma a torcida está a poucas horas de uma nova e brilhante peleja entre dois times igualmente pujantes.

## "OLHO VIVO" nas brechas de Mundinho e Augusto

Feola instruiu Leonidas e Servillo para se aproveitarem das falhas dos zagueiros cariocas

Durante os dias que os paulistas estiveram concentrados em Niterói, não esconderam a confiança no quadro para a luta desta tarde com os cariocas.

Feola, o técnico dos bandeirantes, não hesitou em confiar a direção técnica do rubro-negro.

O animo dos paulistas se explica facilmente: a retumbante vitória sobre os gaúchos e a discretíssima atuação dos cariocas frente aos mineiros.

Feola já deu às melhores instruções ao ataque e à defesa paulista.

Certo de que as falhas da zaga Mundinho e Augusto consistem na facilidade com ambos têm de "abrir muito", isto é, deixando muito o terreno livre em frente ao arquiervo, o preparador dos bandeirantes incluiu Leonidas e Servillo convenientemente.

Esses dois atacantes estarão sempre na brecha, quando os dois zagueiros dos cariocas se desculdarem.

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

de calorosas homenagens, não somente pela forma com que se fez apresentar no decorrer do torneio, senão também pelo valor dos elementos que a integram, possuidores de excepcional performance nos setores do tênis.

os "Estados Unidos" por 3/2, acompanhada de perto pelo "Canadá". A equipe patrocinada pelo Sr. Heitor Beltrão, foi alvo

### EPILEPSIA

-SE SOFRE DE ATAQUES EPILEPTICOS, NÃO VACILE! COMECE LOGO A TOMAR O

### ANTIEPILEPTICO BARASCH

## Os jogos do Campeonato Brasileiro no Estádio Vasco da Gama

### NOTA OFICIAL

A diretoria do Club de Regatas Vasco da Gama comunica aos senhores associados que, tendo sido o Estádio A Confederação Brasileira de Desportos, por solicitação desta entidade, para realização dos jogos finais do Campeonato Brasileiro de Futebol entre as seleções do Distrito Federal e do Rio de Janeiro, nos dias 3 e 7 de dezembro, e de acordo com os entendimentos havidos, foram tomadas as seguintes disposições:

a) o ingresso do sócio será pessoal, podendo em conformidade com o artigo 16, número III, parágrafo único do Estatuto, for-se acompanhado de duas pessoas, desde que estas paguem ingresso correspondente a arribancada e apresentem a respectiva carteira de família;

b) os sócios, pessoas de família e portadores de permanente para a arribancada social terão ingresso pelos portões Central e 8;

c) os portadores de permanentes do club para a Tribuna de Honra entrarão pelo portão Central, localizando-se na parte do recinto dos sócios proprietários que lhes está reservada;

d) a diretoria não fornecerá convites.

Rio de Janeiro, 30 de novembro de 1944.

## NOVOS RECORDS

Aleçou o maior êxito a competição de ontem, promovida pela Federação Metropolitana de Atletismo

Ontem à tarde a Federação Metropolitana de Atletismo promoveu a animadora e anunciada competição Pró-Record com vasto programa de provas algumas especialmente incluídas para o estabelecimento de marcas regionais em prova até agora não incluídas em nossos calendários.

A pista, de fato pouco favorável, por suas condições técnicas, a melhor performance dos atletas conspirou em parte contra o elevado propósito dos dirigentes da entidade metropolitana. O Fluminense, em consequência de estar o seu estádio constantemente requisitado para jogos de futebol e mesmo competições atléticas não terá podido reformar sua pista cujo estado efetivamente se impõe.

Sau grande êxito técnico — de grande importância — o objetivo principal foi atingido e a entidade número considerado de "records" que irão melhorar os índices de apuro em nada menos de dez provas.

Os novos records

ARREMESSO DA PELOTA — Juvenil feminino de primeira categoria. Recordista: Gertrude Schwalbe, do F.F.C. com 50,06 metros.

ARREMESSO DO MARTELO — Juvenil. Rec.: Rodrigo Balazar Pinto, do C.R.V.G., com 35,43 metros.

60 METROS RASOS, MOÇAS — Record estabelecido: Olinda da Costa Gama, do S.C.F.R. com 37,4/10.

SALTO EM ALTURA — Juvenil, primeira categoria. Rec.: Suzanne Mach, do F.F.C. 1'30".

ARREMESSO DO DADO — Juvenil. Rec.: Amancio L. Vasconcelos, do F.F.C. 42,00 metros.

ARREMESSO DO DISCO — Juvenil. Rec.: Antonio Rios Lopes, do F.F.C., 30,10 metros.

SALTO EM ALTURA — Juvenil. Rec.: Enio Marques Ferreira, do B.F.R. com 1,74 metros.

S. PAULO, 2 (Aspreza) — Chegou hoje a esta capital o pugilista uruguaio Irineu Caldeira que cruzará lutas com o esmurador patriótico Antonio Soares, Caldeira ostenta atualmente boa forma tendo derrotado recentemente o boxeur Roscoe Tolles em Montevideo, lutador que é considerado o quarto do mundo em sua categoria.

Como eles são...

(Desenho de Gamaro e versos de Theo Drummond)

Num avião da carreira Segue na segunda-feira Para a América do Norte, Um músico fui famoso Que, quando fici nervoso, Faz "sambas" dentro do [sport...

## O trio Lelé, Isaías e Jair

Promete reviver a tarde gloriosa do jogo com os uruguaiois — Animados e dispostos como nunca a contribuir para a vitória da seleção carioca

As circunstâncias de última hora levaram Flávio Costa a introduzir algumas modificações no onze carioca. Do selecionado que venceu por duas vezes aos mineiros só ficaram, Biguá, Jaime, Danilo e Jorginho. Os demais elementos cedaram os seus postos aos elementos até então apontados como suplentes. O treinador carioca entretanto teve oportunidade de esclarecer que nunca considerou suplentes e titulares entre os elementos definitivamente selecionados pela Federação.

Todos sem exceção se encontram de acordo com as circunstâncias. Assim, as modificações operadas não vieram diminuir nem aumentar o valor técnico do conjunto nem colocar em campo este ou aquele jogador considerado o melhor do que os elementos que já entraram em atividade.

Desta forma, para Flávio Costa o quadro que vai atuar hoje tem o mesmo valor do outro. Ontem, na concentração os jogadores que até então se mostraram resistentes compreenderam o espírito su-

perior do técnico estabelecendo-se entre todos uma perfeita unidade de vistas.

Na concentração de São Januário tivemos oportunidade de conversar, com Lelé, Isaías e Jair, sempre juntos e sempre amigos. Os três conhecidos cracks que formam um dos mais eficientes terços atacantes do futebol brasileiro, mostravam-se satisfeitos e animados. Lelé dos três é o que mais fala e sempre tem poderes para expressar os pensamentos dos outros dois. Assim, o homem dos tiros infernais falou ao repórter de A NOITE com entusiasmo e convicção. "Nunca estivemos tão dispostos para uma luta com ago-

ra. A nossa disposição era jogar e se não fosse possível... não torcer... Pode a torcida cariocas confiar no quadro que Flávio Costa colocou. Tudo faremos "usa de uma grande vitória. Quanto a nós, acreditamos: vamos reverter aquela tarde gloriosa do jogo com os uruguaiois quando acertamos "cem por cento" e contribuímos com uma parcela bem expressiva para a vitória dos brasileiros. Contra os paulistas vamos estar tudo!"

A NOITE — Domingo, 3/12/44 — N. 11.786

## Programa de prognósticos para a corrida desta tarde

### HEITOR OLIVEIRA

PRIMEIRO PAREO

1.500 metros — Nacionais de 3 anos, de uma vitória

FINISTERRA — Melhor na última

Finisterra (Leighton) ..... 53 Lucrou com o repouso. Trabalhou em bom tempo.

Maryland (Domingos) ..... 53 Correu muito bem há oito dias. Se confirmar...

Freneri (Ulloa) ..... 53 Vem de parado, mas está bem e há fé.

M. Clara (Barbosa) ..... 53 Seu estado é ótimo. Vai correr

SEGUNDO PAREO

1.200 metros — Nacionais de 4 anos, sem vitória

RANGERS — Na raia seca é bom

Rangers (Expedito) ..... 56 Está bem e se não chover é bem indicado.

Telegrama (Barbosa) ..... 56 Melhor que na última e há fé.

Pirapora (Salustiano) ..... 51 Continua bem. Chovendo tem mais chance.

Crisólia (Domingos) ..... 51 A distância está boa e vai bem montada.

TERCEIRO PAREO

1.200 metros — Potros de 3 anos, sem vitória

EDITOR — Melhorou muito

Editor (Barbosa) ..... 53 Agradou muito o seu exercício.

Merengue (Walter) ..... 59 O páreo está a feição. Tem chance acenada.

F. Face (Salustiano) ..... 55 Melhorando aos poucos. E' infimigo.

Rubi (Mesquita) ..... 55 Está bonito e melhorou algo. A soma fé.

QUARTO PAREO

2.400 metros — Clássico "Jockey Club Centeno" — Europeus de 3 anos, platões e nacionais de 4

GRILLO — E' a força

Grilo (Ulloa) ..... 56 Foi terceiro para Alvan e Apilio. Aqui é força.

Fumo (Portillo) ..... 51 Bem dirigido é adversária. A distância ajuda-o.

Almoré (Barbosa) ..... 53 Melhor que na última. Pode repetir.

Dominó (Mesquita) ..... 58 Está muito bem mas o páreo é duro.

QUINTO PAREO

1.800 metros — Nacionais de 3 anos, sem mais de Cr\$ 50.000,00 em prêmios

PICCADILLY — Muito dá o que fazer

Piccadilly (Domingos) ..... 55 Bastante melhor que há dias. Muita chance.

Grey Lady (Leighton) ..... 53 Na pista seca é grande inimiga.

Arcado (Mesquita) ..... 55 Melhorando muito. Se chover ganhará.

Dietinha (Jorge) ..... 53 Correu melhor na área. Em bom estado.

SEXTO PAREO

1.200 metros — Potranças de 3 anos, sem vitória

FOLIA — Confirmando a última

Folia (Jorge) ..... 55 Vem de ótimo segundo e melhorou. Muita fé.

Dieta (Geraldo) ..... 55 Teve uma corrida muito contra. A distância agora é melhor.

Fab (Maia) ..... 55 Alheio na grama. Ai está inimiga.

Fragata (Ulloa) ..... 55 Pouco melhor que há dias. Pode ganhar.

SETIMO PAREO

1.500 metros — Nacionais de 4 anos, de 3 a 5 vitórias

VONTADE — E' força em qualquer raia

Vontade (Barbosa) ..... 56 Chovendo é força absoluta. Iniciando em qualquer pista.

Rataplam (Domingos) ..... 58 Em ótimo estado. Melhor na área. Simbólico (Martins) ..... 50 Continua em boa forma. Se fortalecer...

Espadim (Leighton) ..... 54 Ande muito bem mas na grama não é o mesmo.

OITAVO PAREO

1.000 metros — Animais de qualquer país — Pesos especiais

Expeditus (Ulloa) ..... 58 Floreceu em 105. Se confirmar, ganhará.

Heclizo (Ribas) ..... 53 Continua em plena forma. Sério inimigo.

Metódico (Reduzino) ..... 56 Correu pouco mas agora fará melhor.

Gardel (Maia) ..... 55 Ande muito bem. Capaz de ganhar.

BETTING SIMPLER — 1 — 7 — 11

BETTING DUPLO — 1,7 — 7,4 — 11,1

## FIM DE SEMANA

MUITA gente supõe que eu sou contra o profissionalismo. Não, apenas, a favor do amadorismo, que acabou, por culpa dos dirigentes do futebol profissional, sendo por este absorvido. O profissionalismo é uma necessidade de que seja bem dirigido. O amadorismo é a incompreensão dos responsáveis pela sua existência. Deixando-se empolgar pelo meio ambiente — não fosse o futebol o esporte das multidões — deixam de dar assistência devida aos esportes amadores, que são relegados para um plano inferior. É natural que se invertam grandes capitais no profissionalismo. Comercialmente compensador, capta o emprego do deve render juízo, sem o que será um mau negócio. Justamente da proporção desse juízo é que deve sair o benefício para o amadorismo. Enquanto os clubs não compreenderem esta verdade, o esporte amador em geral continuará estacionado, pois somente devido a esforço continuado de alguns desportistas etc ainda não desapareceu.

EM poucas entidades terão a sua favor a soma de serviços prestados no esporte. Identico a C. B. D. Apesar da crença geral, ela não tira proveito das rendas do futebol. Os campeonatos brasileiros, cujo interesse público cresce cada ano que passa, deixam saldo a zero. Bem verdade, mas esse saldo é pequeno, comparado com as despesas essenciais aos certames amadoristas. E o interesse é que os títulos de vitória conquistados para o Brasil no estrangeiro, o foram,

PILLAR DRUMMOND

## Mais um grande conc'ave em prol da saúde do povo e do vigor da raça



### João Etzel ignora sua escalção

S. PAULO, 2 (Aspreza) — Até o momento de seguir para o Rio, o Artilheiro João Etzel ainda não tinha tido conhecimento oficial de que seria o juiz da peleja entre cariocas e paulistas, já que segundo declarou, não recebera nenhuma comunicação nesse sentido.

— Até este instante, disse, tudo quanto sei é o que a imprensa tem publicado. Nada me foi informado pelos poderes competentes. Sigo porque recebi ordem de embarcar. Mas, se sei eu ou qualquer de meu companheiros que dirigirá o encontro, ignorei inteiramente, pelo menos em caráter oficial.

## FALANDO A ESTATÍSTICA

Noventa e três encontros já foram efetuados entre as seleções paulistas e cariocas. São Paulo marcou quarenta e quatro vitórias, e Rio conseguiu trinta e cinco triunfos. Os detalhes são os seguintes:

SÃO PAULO		SÃO PAULO	
Vitórias	44	Vitórias em São Paulo	30
Derrotas	35	Vitórias no Rio	14
Empates	14	Empates no Rio	7
DISTRITO FEDERAL		DISTRITO FEDERAL	
Vitórias	35	Vitórias no Rio	26
Derrotas	44	Vitórias em São Paulo	7
Empates	14		

CBERSVAÇÃO: — Na estatística acima estão compilados todos os resultados dos jogos realizados — campeonatos, taças, extra, etc. — entre seleções da Liga Metropolitana, Liga Paulista, Apes, Laf, Amas, Federação Metropolitana de Desportos, Liga Carioca de Futebol, Liga de Futebol do Rio de Janeiro e Federação Metropolitana de Futebol e Federação Paulista de Futebol.